

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ д.е.н., проф. Дергачова В.В.

«03» червня 2019 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття ступеня бакалавра
з напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент»

на тему «Забезпечення прибутковості підприємства»

Виконав студент 4 курсу, групи УВ-51

Вакуленко Микола Олександрович

Керівник доцент кафедри менеджменту к.е.н., доц. ПІЧУГІНА М.А. _____

Рецензент доцент кафедри промислового маркетингу

к.т.н., доц. ЛЕБЕДЕНКО С.О. _____

Засвідчую, що у цій дипломній роботі немає
запозичень з праць інших авторів без відповідних
посилань.

Студент _____
(підпис)

Київ – 2019 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет менеджменту та маркетингу

Кафедра менеджменту

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Напрямок підготовки **6.030601 «Менеджмент»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ *д.е.н., проф. Дергачова В.В.*

«24» жовтня 2018 р.

**ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ
Вакуленко Миколі Олександровичу**

- 1. Тема роботи: «Забезпечення прибутковості підприємства»**
керівник роботи к.е.н., доц. ПІЧУГІНА М.А.
Затверджені наказом по університету від 28.02.2019р. № 788-с
- 2. Строки здачі студентом закінченої роботи 03.06.2019 р.**
- 3. Вихідні дані до роботи:** наукова та навчально-методична література, законодавчі й нормативні акти України, що регламентують порядок діяльності підприємства, інформація про історію створення та розвиток підприємства ПрАТ "Вентиляційні системи", фінансова звітність

(форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати», за 2015-2017 рр.) статистична звітність, статут.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

а) теоретико-методологічна частина:

- розкрити сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»;
- дослідити методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства;

б) дослідницько-аналітична частина:

- проаналізувати організаційно-економічну характеристику підприємства "Вентиляційні системи" та особливості його розвитку;
- провести діагностику зовнішнього середовища підприємства;
- здійснити оцінку прибутковості підприємства та чинників його розвитку;

в) проектно-рекомендаційна частина:

- визначити стратегічні альтернативи підвищення прибутковості підприємства;
- навести пропозиції щодо збільшення прибутковості підприємства ПрАТ "Вентиляційні системи";
- навести оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

5. Перелік графічного матеріалу

- 1) Підходи до визначення поняття «прибутковість».
- 2) Основні показники прибутковості.
- 3) Організаційно-економічний характеристика підприємства.
- 4) Діагностика зовнішнього середовища підприємства.
- 5) Карта стратегічних груп конкурентів у галузі.
- 6) SWOT-аналіз середовища підприємства.
- 7) Основні показники для розрахунку прибутку компанії.

- 8) Основні показники рентабельності компанії ПрАТ «Вентс».
- 9) Структура витрат ПрАТ «Вентс».
- 10) Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованого проекту.

6. Дата видачі завдання «24» жовтня 2018р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи та питань, які мають бути розроблені відповідно до завдання	Строк виконання етапів роботи	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Збір необхідної інформації щодо теоретичних та практичних засад управління розвитком підприємства	25.10.2018 р. – 28.11.2018 р.	
2.	Аналіз теоретичного та практичного матеріалу з обраної тематики, обробка та аналіз інформації щодо діяльності підприємства	29.11.2018 р. – 25.12.2018 р.	
3.	Розгляд методологічних аспектів оцінки прибутковості підприємства	04.01.2019 р. – 20.01.2019 р.	
4.	Надання організаційно-економічної характеристики підприємству ПрАТ «ВЕНТС»	21.01.2019 р. – 17.02.2019 р.	
5.	Дослідження ефективності господарської діяльності підприємства, оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку	18.02.2019 р. – 24.03.2019 р.	
6.	Вибір, розробка та обґрунтування напрямів підвищення прибутковості діяльності ПрАТ «ВЕНТС»	25.03.2019 р. – 28.04.2019 р.	
7.	Економічне обґрунтування та оцінка наслідків впровадження запропонованих заходів	29.04.2019 р. – 17.05.2019 р.	
8.	Оформлення дипломної роботи на здобуття ступеня бакалавра	18.05.2019 р. – 31.05.2019 р.	

Студент _____ Вакуленко М.О.

Керівник дипломної роботи _____ ПІЧУГІНА М.А.

РЕФЕРАТ

Дипломна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на тему: «Забезпечення прибутковості підприємства» містить 88 сторінок, 23 таблиці, 12 рисунків, 2 додатки. Перелік посилань нараховує 30 найменувань.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних та практичних аспектів підвищення прибутковості підприємства у сучасній ринковій економіці.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення прибутковості ПрАТ "Вентиляційні системи".

Предметом дослідження є розробка проекту, щодо підвищення прибутковості на основі аналізу фінансових показників.

Методика дослідження. У дипломній роботі було використано такі методи: аналізу, узагальнення результатів дослідження, економічний, статистичний, графічний, порівняльний, фінансовий аналіз і т.д.

Результати роботи: у результаті роботи було запропоновано шлях підвищення прибутковості підприємства на основі аналізу фінансових показників компанії; обґрунтовано доцільність впровадження та використання запропонованого проекту щодо розробки, виробництва та реалізації інноваційної продукції – інноваційного витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко. Результати роботи були передані компанії “Вентс” під час проходження практики.

Результати перевірки можливостей практичного використання отриманих результатів. Керівництвом ПрАТ "Вентиляційні системи" було прийнято до уваги запропоновані рекомендації щодо підвищення прибутковості підприємства, а також щодо використання запропонованого проекту (Акт впровадження № 1 від 17.05.2019 року).

Ключові слова: підвищення прибутковості підприємства, аналіз фінансових показників, розробка проекту.

ABSTRACT

Bachelor's thesis « Ensuring profitability of the enterprise» includes 88 pages, 23 tables, 12 drawings, 2 attachments. The bibliography list consists of 30 items.

The purpose of the work is to substantiate theoretical and practical aspects of increasing the profitability of an enterprise in a modern market economy.

The object of research is the process of ensuring the profitability of PJSC "Ventilation systems".

The subject of the study is the development of a project to increase profitability based on the analysis of financial indicators.

Research methodology. In the thesis the following methods were used: analysis, generalization of research results, economic, statistical, graphical, comparative, financial analysis, etc.

Results of work: in the results of work, the ways of profit of enterprises were offered on the basis of the analysis of financial indicators of the company; the expediency of the introduction and use of the proposed project for the development, production and sales of innovative products - the innovative exhaust fan VENTS Eco Style - has been substantiated. The results of the work were transferred to the company "Vents" during the course of practice.

The verification results of the practical usage of the results of bachelor's thesis. The management of PJSC "Ventilation Systems" took into account the proposed recommendations on the profitability of the company, as well as the use of the proposed project (Act No. 1 dated 17.05.2019).

Keywords: profit of enterprise, analysis of financial indicators, project development.

Зміст

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1	11
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	11
1.1. Сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»	11
1.2. Методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства	26
Висновки до розділу 1	32
РОЗДІЛ 2	35
ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПрАТ «ВЕНТС»	35
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та особливості його розвитку	35
2.2. Діагностика зовнішнього середовища підприємства	44
2.3. Оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку	54
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3	68
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПрАТ «ВЕНТС»	68
3.1. Визначення стратегічних альтернатив	68
3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів	76
Висновки до розділу 3	80
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	85
ДОДАТКИ	89

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасні ринкові умови ставлять перед вітчизняними підприємствами нові вимоги щодо збільшення обсягів їх виробництва та розвитку в умовах конкуренції, посилення інтеграційних процесів, впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища. Будь-яка підприємницька діяльність не може бути перспективною, якщо її фінансовий результат не є додатним та не характеризується позитивною динамікою зростання. Виходячи із цього, увага кожного керівника все більше зосереджена на обсягах отриманого прибутку та показниках прибутковості підприємства. Тому для формування оптимального рівня прибутковості для керівників підприємств необхідно ретельно досліджувати зміст та сутність даного поняття у прийнятті продуманих управлінських рішень щодо її підвищення.

Дослідженню особливостей формування та підвищення прибутковості підприємства присвячено значну кількість наукових праць таких учених, економістів та дослідників як: Бланк І.О., Гадзевич О.І., Мец В.О., Мелень О.В., Кучер Л.Ю., Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С., Давидов О.І., Селіверстова Л.С., Скрипник О.В., Орлов О.А., Антонюк Р.Р., Огійчук М.Ф., Кучерява А.С., Янковець Т.М., Хмелевський О.В., Терещенко О.О., Рябенков О.В., Косік А.Ф..

Метою роботи є обґрунтування теоретичних та практичних аспектів підвищення прибутковості підприємства ПрАТ "Вентиляційні системи" у сучасній ринковій економіці.

Досягнення поставленої мети вимагає вирішення наступних завдань дослідження:

- розкрити сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»;
- дослідити методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства;

- проаналізувати організаційно-економічну характеристику підприємства "Вентиляційні системи" та особливості його розвитку;
- провести діагностику зовнішнього середовища підприємства;
- здійснити оцінку прибутковості підприємства та чинників його розвитку;
- визначити стратегічні альтернативи підвищення прибутковості підприємства;
- навести пропозиції щодо збільшення прибутковості підприємства ПрАТ "Вентиляційні системи";
- навести оцінку економічної ефективності запропонованих заходів.

Об’єктом дослідження є процес забезпечення прибутковості ПрАТ "Вентиляційні системи".

Предметом дослідження є розробка проекту, щодо підвищення прибутковості на основі аналізу фінансових показників.

Методи дослідження. У процесі виконання дисертації застосовувалася сукупність загальних та специфічних наукових методів: економічний та фінансовий аналізи, статистичний, графічний, групування, економіко-статистичний, методи аналізу та синтезу, метод узагальнення результатів дослідження. Для отримання аналітичної інформації були використані дані статистичної звітності, внутрішньої, зокрема, бухгалтерської звітності підприємств.

Практичне значення. Розроблені та обґрунтовані в бакалаврській роботі напрями підвищення прибутковості підприємства, а також застосування запропонованого проекту були представлені на розгляд ПрАТ "Вентиляційні системи", де було визнано можливість практичного застосування запропонованих заходів та пропозицій (акт впровадження № 1 від 17.05.2019 року.)

Інформаційна база дослідження представлена наукових статей, інтернет-джерел, даними бухгалтерської звітності досліджуваного підприємства та внутрішньою корпоративною інформацією.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та основні підходи до визначення поняття «прибутковість»

Основною метою створення та функціонування будь-якого підприємства незалежно від форми його власності та розміру є отримання справедливої нагороди за здійснену діяльність, тобто достатнього розміру доходу [1].

Прибуток є тією категорією, яка найповніше зображає фінансові можливості підприємства та його здатність до розширення виробничої діяльності підприємства. Зрозуміло, що чим більший прибуток, тим більше можливостей з'являється в підприємства для економічного розвитку та покращення й розширення своєї діяльності. Прибуток є джерелом підвищення рівня добробуту населення, він визначає рівень фінансової стабільності у державі [1].

Прибуток – головний показник, який відображає фінансові результати діяльності підприємства, мету його діяльності. Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства. І одним з головних питань економіки та фінансів є визначення фінансового результату діяльності підприємства. Прибуток виступає головною рушійною силою економічних процесів та основною метою діяльності підприємства. Він є джерелом забезпечення не лише внутрішньогосподарських потреб підприємства, а і джерелом формування бюджетних ресурсів держави [2].

Американський економіст Ф. Найт зазначає, що жоден економічний термін або поняття не використовується в такій величезній кількості значень, як «прибуток», це стосується і категорії «доходу» [2].

Досить часто поняття «прибутку» ототожнюють з поняттям «доходу». Але на нашу думку, поняття «дохід» ширше поняття «прибуток». Дохід широко використовується на загальному, економічному та побутовому рівні. Можна говорити про національний дохід держави, дохід громадян, дохід підприємства. Дохід – це загальна сума грошових надходжень підприємства від реалізованої продукції, виконаних робіт або послуг. Загальний дохід підприємства – це сума доходу, отриманого фірмою від продажу певної кількості продукції. Валовий дохід підприємства становить грошову виручку від реалізації продукту (виконання робіт чи послуг), інших матеріальних цінностей і майна підприємства (включаючи основні фонди) тощо, зменшену на суму постійних витрат підприємства. Прибуток підприємства є складовою частиною доходу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Він характеризує перевищення надходжень над витратами, мету підприємницької діяльності і вважається одним з головних показників результативності діяльності підприємства [2].

Оскільки прибуток вважається однією з найбільш неоднозначних економічних категорій, складність його визначення обумовлена різноманітністю інтересів, які він відображає. Провівши аналіз існуючих підходів вчених до визначення поняття прибутку в економічній літературі, було виявлено, що на даний час в науковій літературі не існує єдиної точки зору щодо визначення зазначеної економічної категорії [2]. Підходи до визначення категорії прибуток згруповані та представлені у табл. 1.1

Таблиця 1.1. Існуючі підходи до визначення категорії прибуток

№	Джерело	Визначення
1	2	3
1	Азаренкова Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М.	Прибуток становить собою різницю між загальною сумою доходів і витратами на виробництво та реалізацію продукції.
2	Буряковський В.В.	Прибуток – це грошовий вираз основної частини грошових збережень, створених підприємством будь-якої форми власності.
3	Мочерний С.В.	Прибуток – це перетворена, похідна форма додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу і витратами капіталу на її виробництво.
4	Предборський В.А.	Прибуток є одним з узагальнюючих показників діяльності і окремого підприємця, і підприємства, і галузі, і економіки у цілому.
5	Білик В.О.	Прибуток: 1) є результатом капіталу як обов’язкового фактора будь-якого виробництва; 2) винагорода капіталіста за відстрочку особистого споживання власного капіталу, за ризик в очікуванні ефекту від вкладених у виробництво засобів; 3) як трудовий дохід від підприємницької діяльності у всіх його видах 4) як результат існування монополії.
6	Мочерний С.В.	Прибуток – одна з форм чистого доходу в умовах розвинутих товарногрошових відносин, що виражає вартість додаткового частково необхідного продукту. За своєю величиною прибуток - це різниця між продажною ціною товару і витратами на його виробництво.
7	Алексєєнко Л.М., Олексієнко В.М.	Прибуток (eariangs, profit, прибыль) - виражений у грошовій формі чистий дохід підприємства на викладений капітал, який характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності і представляє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами у процесі виконання цієї діяльності.
8	Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С.	Прибуток: сума, на яку доходи перевищують пов’язані з ними витрати.
9	Гальчинський А.С.	Прибуток – різниця між продажною ціною товару або послуги і витратами виробництва. Виражає вартість додаткового і частково необхідного продукту.
10	Осовська Г.В., Юшкевич О.О.	Прибуток – перевищення доходів від продажу товарів та послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів; один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства, підприємця. Прибуток обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукту господарської діяльності та сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні.

Продовження таблиці 1.1

11	Климко Г.Н.	Прибуток у розумінні В.Петті та частина продукту, яка залишається після відрахування заробітної плати. А.Сміт під прибутком розумів дохід промислового капіталіста, що залишився після сплати ренти земельному власнику і відсотка власнику грошового капіталу. Д.Рікардо виявив протилежну залежність між прибутком та земельною рентою, між заробітною платою і прибутком. Яка частина продукту сплачується у формі заробітної плати дуже важливе питання при вивченні прибутку.
12	Ільчук М.М., Іщенко Т.Д.	Прибуток визначається зменшенням суми скоригованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань.
13	Богачова О.В., Винокуров К.С., Крусь Ю.І.	Прибуток від реалізації – визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції у цінах продажу без акцизного збору, податку на добавлену вартість, ввізного мита, митного збору та інших обов'язкових зборів і платежів, передбачених чинним законодавством, та витратами, що включаються до собівартості реалізації продукції. Прибуток торговий – виражена в грошовій формі різниця між валовими прибутками і валовими витратами.
14	Філімоненков О.С.	Прибуток – це частина вартості додаткового продукту, додатковий продукт, виражений у грошах частина чистого доходу, одна з його форм.
15	Біла О.Г.	Прибуток – позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень і якість виробленої продукції, рівень собівартості.
16	Емельянов А.М., Воронов В.В., Кушлин В.И. [18]	Нерозподілений прибуток складається із тієї частини прибутку компанії, який зберігається, а не витрачається на виплати у вигляді дивідендів.
17	Меєв В.О.	Прибуток – фінансова категорія, яка показує позитивний фінансовий результат, характеризує ефективність виробництва, свідчить про обсяг і якість виготовленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості.
18	Ефимова О. В.	Прибуток – змінена форма додаткової вартості, виробленої, реалізованої, готової до розподілу, що сформована в процесі суспільного відтворення для задоволення різних інтересів підприємства та його власників
19	Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»	Прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Складено на основі [2, 3, 4]

Проаналізувавши дані визначення, можемо зробити висновок про те, що поняття «прибутку» кожним вченим тлумачиться по-різному, але нами було виділено наступні спільні риси [2]:

1. Прибуток зазвичай визначають як різницю між валовим доходом і валовими витратами. Якщо з визначенням валового доходу немає проблем (це добуток кількості реалізованої продукції та ціни одиниці товару), то що потрібно включати у валові витрати? З точки зору бухгалтера, до витрат зараховують явні грошові витрати.
2. Прибуток – це один із найважливіших показників фінансових результатів господарської діяльності підприємства.
3. Спільною ознакою також є визнання джерелом прибутку творчої діяльності.

Задовільний рівень ефективності потребує з одного боку перевищення кінцевих результатів над витратами на їх досягнення, з іншого - зіставлення одержаних при цьому результатів з результатами аналогічних об'єктів. Виходячи з цього, хоча абсолютна сума прибутку, отримана підприємством і є дуже важливим показником діяльності, однак не може характеризувати рівень ефективності господарювання, це пов'язано з тим що абсолютний розмір прибутку характеризує лише одноразовий економічний ефект. В той час як міру цієї ефективності характеризує показник прибутковості [5].

Абсолютним вимірником прибутковості підприємства є прибуток, його наявність свідчить про ефективність діяльності, але лише за значенням прибутку неможливо визначити її рівень. Для цього потрібно співставити показник прибутку з показником витрат ресурсів і за відносним значенням визначити рівень прибутковості підприємства [6].

Прибуток – це різниця між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції. Прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал для досягнення певного комерційного успіху, проте

він характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності [6].

Необхідно зазначити, що прибуток як важлива категорія ринкових відносин визначає такі функції [6]:

- 1) характеризує економічний ефект – кінцевий фінансовий результат;
- 2) прибуток відіграє стимулювальну функцію – він водночас є фінансовим результатом та основним елементом фінансових ресурсів підприємства;
- 3) прибуток – джерело формування бюджетів різних рівнів.

Рівень і сума прибутку складаються під впливом безлічі факторів, що впливають на неї як негативно, так і позитивно. Фактори, що впливають на прибуток, численні і різноманітні. Обмежити їх досить важко. Всі фактори, що впливають на прибуток підприємства, поділяються на екзогенні та ендогенні [6].

До екзогенних факторів належать природні умови, транспортні умови, державне регулювання цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг, штрафних санкцій, конкуренція на ринку товарів тощо. Ці фактори не залежать від діяльності підприємства, але суттєво впливають на його прибуток [6].

До ендогенних факторів належать обсяги виробництва та реалізації продукції, структура продукції, собівартість продукції, якість продукції, ціни та ін. Внутрішні фактори поділяють на виробничі та невиробничі. Виробничі фактори характеризують наявність та використання засобів і предметів праці, трудових та фінансових ресурсів [6].

Загальний прибуток підприємства становить собою кінцевий результат діяльності підприємства. У його складі враховується прибуток від усіх видів діяльності підприємства: прибуток від реалізації товарної продукції, робіт, послуг – валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайної діяльності. Крім того, розраховують чистий прибуток (прибуток, який залишається в розпорядженні

підприємства). Основним складником загального прибутку є прибуток від реалізації товарної продукції. Він становить понад 95% загального прибутку [6].

Припустімо, відомо, що одне підприємство держало 10, а інше – тільки 2 млн грн. прибутку. Сказати, що перше підприємство, яке має прибуток у 5 разів більший, працює краще, ніж друге, – означає зробити помилковий висновок. Для того щоб точно обчислити прибутковість підприємства, потрібно зіставити прибуток з витратами підприємства (собівартістю) або з обсягом виробничих фондів підприємства (основних фондів і оборотних засобів). Таке зіставлення характеризує прибутковість підприємства [5].

Досліджуючи сутність прибутковості, не можна не відмітити різноманітність поглядів щодо тлумачення поняття «прибутковість», що узагальнене в табл. 1.2. З цієї таблиці видно, що на сьогодні немає єдиного визначення категорії прибутковість. Усі автори по-різному трактують це поняття. Так, М.Ф. Огійчук та Л.Ю. Кучер розглядають прибутковість як показник економічної ефективності та результативності діяльності суб'єкта господарювання [1].

Таблиця 1.2. Систематизація підходів до визначення сутності поняття «прибутковість»

Автор	Прибутковість – це
Р.Р. Антонюк	стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, що полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування
М.Ф. Огійчук	вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку)

Продовження таблиці 1.2

Т.В. Осипова	основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому й визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток зображає її результати
Л.Ю. Кучер	між прибутком і прибутковістю є тісний діалектичний взаємозв'язок: прибуток – це показник для зображення економічного ефекту в абсолютних показниках, а прибутковість – показник для зображення економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання
С.В. Мочерний	прибутковість суб'єкта треба розглядати з двох аспектів: по-перше, як прибутковість усього підприємства щодо всього авансованого капіталу, яка визначається нормою прибутку: відношенням річного прибутку до авансованого капіталу; по-друге, як прибутковість виготовлення окремої партії товарів, яка вимірюється відношенням прибутку до собівартості товарів
О.В. Хмелевський	стан підприємства, що вказує на його здатність здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати платоспроможність, генерувати прибуток, на основі чого забезпечувати стабільність зростання та майбутній інноваційно-інвестиційний розвиток

Складено на основі [1, 7, 8]

Р.Р. Антонюк [8] визначає прибутковість як здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат від здійснення господарської діяльності, який полягає в перевищенні доходу над здійсненими витратами, при чому в розмірі достатньому для ефективного подальшого функціонування.

Т.В. Осипова [9] вважає, що основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому й визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств.

Отже, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів [1].

Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних

показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва. Вона безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку та показує ефективність діяльності підприємств різних форм власності та характеризує інтенсивність їх роботи. Тому дослідження прибутковості є дуже важливим фактором для подальшого ефективного функціонування та розвитку підприємства [1].

На думку Н.Б. Ярошевича, прибуток є метою підприємницької діяльності й джерелом витрат на розвиток виробництва. Прибуток і його рівень характеризує ефективність виробництва, збиток засвідчує неефективне господарювання. Прибуток являє собою перевищення валових доходів над валовими витратами [1].

Важливою для характеристики складників формування прибутку і доходів підприємства є рентабельність, яка більш повно, ніж прибуток, характеризує кінцеві результати господарювання, тому що її величина показує співвідношення між наявними та використаними ресурсами [6].

Ще одним показником прибутковості підприємства, є рентабельність, яка показує співвідношення прибутку з понесеними витратами. Це відносний показник, який має властивість порівняння. Саме рентабельність характеризує ступінь дохідності, вигідності, прибутковості [1].

Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний рівень прибутковості підприємства або продукції, що виробляється. Рентабельність як показник дає уявлення про достатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства. Під час визначення показника рентабельності прибуток співвідноситься з чинниками, що мають найзначніший вплив на його отримання: доходами, витратами, ресурсами, капіталом [1].

Рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу в процесі виробництва. Саме рентабельність характеризує ступінь

дохідності, вигідності, прибутковості. Якщо сума прибутку показує абсолютний ефект від діяльності, то рентабельність характеризує міру цієї ефективності, тобто відносний рівень прибутковості підприємства або продукції, що виробляється. Рентабельність як показник дає уявлення про достатність прибутку порівняно з іншими окремими величинами, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства [6].

Показники рентабельності всієї проданої продукції та окремих її видів дають уявлення про окупність (прибутковість) затрат на виробництво і продаж відповідних видів або всієї продукції, тобто про те, скільки прибутку отримує підприємство на одну гривню затрат, укладених для отримання прибутку [6].

Основні показники рентабельності можна об'єднати в такі групи [6]:

- показники рентабельності капіталу (активів);
- показники рентабельності продукції;
- показники, розраховані на основі потоків наявних грошових коштів.

С.Б. Довбня, О.Г. Пендик коефіцієнти рентабельності об'єднують у три групи за такими ознаками [6]:

- оцінення ефективності діяльності підприємства в цілому,
- оцінення ефективності за видами діяльності (в тому числі операційної, інвестиційної, фінансової),
- оцінення ефективності використання ресурсів.

О.А. Зінченко виділяє такі класифікаційні ознаки показників рентабельності, зокрема, за критерієм [6]:

- часу (моментні, статистичні, динамічні);
- витрат (активи, застосовані ресурси, споживані ресурси);
- результату (загальний прибуток, оподаткований прибуток, чистий прибуток);
- узагальнення (узагальнені, локальні, часткові);
- інфляції.

Недоліком цієї класифікації є відсутність показників, що характеризують різні види діяльності підприємства: операційну, інвестиційну та фінансову, що є необхідним, оскільки в періоди нестабільності саме інвестиційна і фінансова діяльність можуть стати джерелом доходу [1].

На думку Л.А. Лахтіонової всі показники рентабельності можна поділити на чотири основні групи [1]:

- показники рентабельності щодо реалізації;
- показники рентабельності щодо активів;
- показники рентабельності щодо власного капіталу та зобов'язань;
- показники рентабельності витрат і продукції.

Низка авторів (Зянько В.В., Базилінська О.Я.) показники рентабельності поділяють на [1]:

- витратні – рентабельність продукції, рентабельність інвестиційних проектів, рентабельність окремих видів діяльності тощо;
- ресурсні – рентабельність активів (сукупного капіталу) підприємства, рентабельність чистих активів, рентабельність оборотних активів, рентабельність необоротних активів, рентабельність власного капіталу тощо;
- доходні – валова рентабельність реалізації, чиста рентабельність реалізації, операційна рентабельність реалізації.

Отже, прибутковість характеризується прибутком та рентабельністю. Існують різні підходи до визначення показників рентабельності. У цілому показники рентабельності більш змістовно, ніж прибуток, зображають кінцеві результати господарювання, тому що їх величина показує співвідношення факту з дійсними або використаними ресурсами [1].

Показників рентабельності існує багато, але завжди в чисельнику буде прибуток, а в знаменнику – витрати, які були здійснені для отримання даного прибутку. Який саме прибуток і які саме витрати будуть прийматися для розрахунку, залежить від того, рентабельність чого необхідно визначити: рентабельність продукції, рентабельність виробництва, рентабельність

операційної діяльності, рентабельність інвестиційної діяльності, рентабельність підприємства, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу тощо [6].

Для рентабельного функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції, зниження собівартості та ріст прибутку [6].

Всупереч прямо пропорційному зв'язку впливу обсягу продажу товарної продукції на рівень прибутку зв'язок між величиною прибутку і рівнем собівартості зворотний. Чим нижча собівартість продукції, яка продається і визначається рівнем затрат на її виробництво і продаж, тим більший прибуток, і навпаки [6].

Затрати на виробництво і продаж продукції, що формують собівартість, – один із найважливіших якісних показників комерційної діяльності підприємств. Склад затрат на виробництво і продаж продукції (робіт, послуг), які включаються в собівартість, регулюється законодавчо [6].

Собівартість, своєю чергою, знаходиться під впливом багатьох факторів (рівня цін на закуплені для виробництва сировину і матеріали, заробітної плати робітників і службовців тощо), тому під час аналізу зміни собівартості повинні бути виявлені причини її підвищення або зниження, щоб розробити заходи зі скорочення рівня затрат на виробництво і продаж продукції, а отже, зі збільшення прибутку [6].

Прибуток як кінцевий фінансовий результат діяльності господарюючих суб'єктів формується як із позитивним, так і з негативним значенням, тобто підприємства отримують чистий прибуток, якщо їхня діяльність є прибутковою, або чистий збиток, якщо підприємства не є прибутковим та рентабельним [6].

Для того щоб зрозуміти проблеми формування прибутку вітчизняних підприємств та визначити необхідність і шляхи підвищення їх прибутковості, розглянемо фінансові результати діяльності підприємств за 2015 - 2017 роки (рис. 1.1).

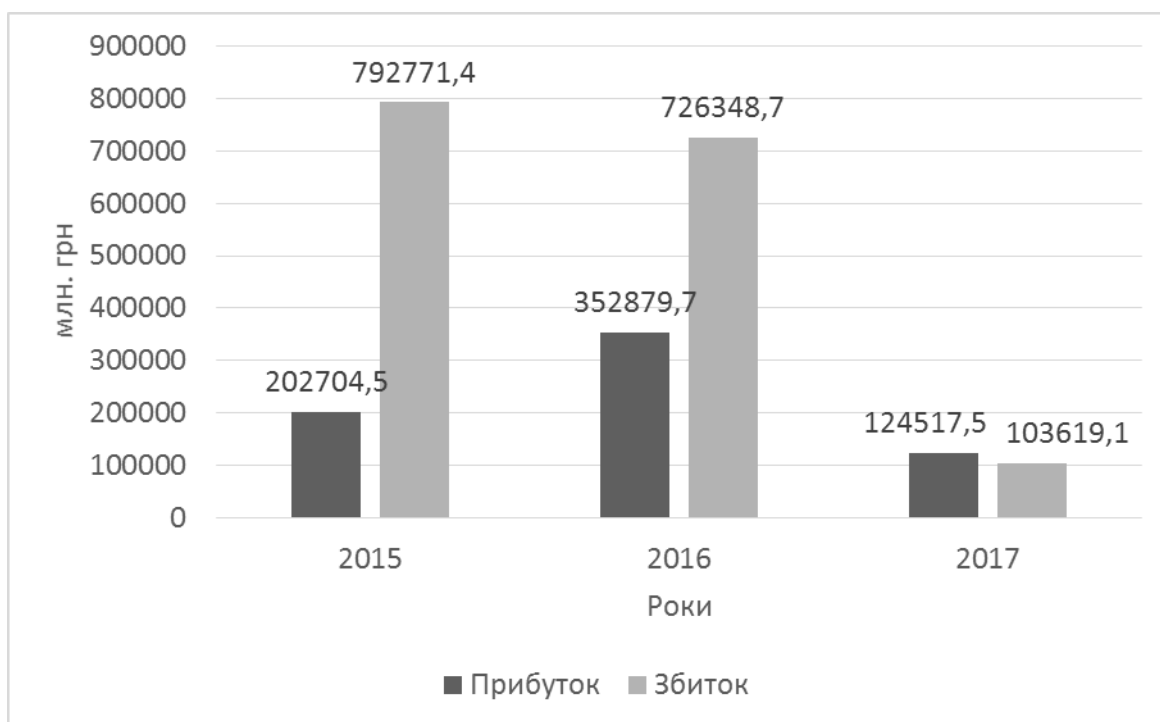


Рис. 1.1 Динаміка прибутків і збитків підприємств України за 2014 – 2016 р.

Джерело: [29]

У 2016 р. проти 2015 р. прибутки підприємств збільшилися з 202 704,5 млн. грн. до 352 879,7 млн. грн., а вже в 2017 р. зменшилися до 124 517,5 млн. грн. Щодо збитків, то спостерігається позитивна динаміка до зменшення. Якщо в 2016 р. збитки зменшилися з 792 771,4 млн. грн. до 726 348,7 млн. грн., то в 2017 р. збитки суттєво зменшилися – до 103 619,1 млн. грн. Тобто ми спостерігаємо позитивну тенденцію до зменшення збиткових підприємств [29].

У 2015 р. загальний фінансовий результат підприємств був від'ємним, тобто підприємства отримали збиток у сумі 523 587,0 млн. грн., хоча частка підприємств, які отримали прибуток, була більша (66,3%), ніж частка підприємств, яка отримала збиток (33,7%). Це свідчить про те, що суми прибутків були більшими за збитки [29].

У 2016 р. загальний фінансовий результат підприємств був від'ємним, тобто підприємства отримали збиток у сумі 340 100,3 млн. грн., хоча частка підприємств, які отримали прибуток, була більша (73,7%), ніж частка

підприємств, яка отримала збиток (26,3%). Це свідчить про те, що суми прибутків були більшими за збитки [29].

А вже в 2017 р. загальний фінансовий результат підприємств був додатнім, тобто вони отримали прибуток у сумі 62 949,8 млн. грн. [29].

Частка підприємств, які отримали прибуток, була більша (65,4%), ніж частка підприємств, яка отримала збиток (34,6%). Це свідчить про те, що суми прибутків були більшими за збитки [29].

Таким чином, функціонування підприємства в умовах ринку визначається його здатністю приносити достатній прибуток, тому вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання прибутку або його стабілізації на певному рівні [6].

Резерви збільшення сум прибутку та рентабельності пов'язані передусім із напрямками господарювання підприємства. Для успішного функціонування кожен суб'єкт господарювання повинен прагнути до підвищення ефективності своєї діяльності на основі раціонального використання ресурсного потенціалу, збільшення прибутковості виробництва, поліпшення якості реалізованої продукції [6].

Отже, на підприємствах потрібно приділяти належну увагу плануванню і отриманню прибутку від реалізації продукції. При цьому слід пам'ятати, що на величину прибутку від реалізації товарної продукції впливають як фактори, що не залежать від діяльності підприємства (зміни державних регулюючих цін, природні та транспортні умови тощо), так і фактори, які знаходяться в компетенції підприємств [6].

Для підвищення рівня прибутковості підприємства можуть упроваджувати заходи в такому порядку [6]:

- організаційні (вдосконалення виробничої структури й організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);

- техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляються);

– економічні важелі та стимули (вдосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо).

Якщо почати проводити зміни не в такому порядку, то позитивні зрушення в ефективності діяльності можуть бути малопомітними або відсутніми взагалі [6].

Якщо ж розглядати прибуток та рентабельність як складники прибутковості, то одним із факторів їх зростання та підвищення ефективності виробництва є його розширення, тобто збільшення обсягів виготовлення товарів і послуг. Здійснити це можна двома шляхами [10, с. 124]:

- за рахунок збільшення кількості залучених у виробництво факторів (екстенсивний шлях);
- за рахунок поліпшення технологій (інтенсивний шлях).

Для того щоб підприємства України в сучасних ринкових умовах працювали стабільно та отримували прибуток, пропонуємо такі шляхи і методи збільшення прибутку і рентабельності (табл. 1.3).

Таблиця 1.3. Шляхи збільшення прибутку і рентабельності продукції

Шляхи збільшення	
Прибутку	Рентабельності
1. Нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції	1. Зниження собівартості продукції
2. Поліпшення якості продукції	2. Підвищення продуктивності праці
3. Продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду	3. Скорочення невиробничих витрат
4. Зниження собівартості продукції за рахунок більш раціонального використання матеріальних ресурсів, виробничих потужностей і площ, робочої сили і робочого часу	4. Впровадження заходів із підвищення продуктивності праці своїх працівників, скорочення адміністративно-управлінського персоналу

Продовження таблиці 1.3

5. Диверсифікація виробництва	5. Зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами, однією з яких є управлінський облік. Зниження витрат від браку
6. Постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів	6. Удосконалення продукції із середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва
7. Грамотна побудова договірних відносин із постачальниками, посередниками, покупцями та ін.	7. Покращення системи маркетингу на підприємстві, потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності і зосередити увагу на тій продукції, яка є високорентабельною, та ін.

Джерело: [6]

Запропоновані заходи можуть використовуватися вітчизняними підприємствами для підвищення прибутковості своєї діяльності в нинішніх умовах в Україні. Проте підприємства повинні активно шукати всі можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності власної продукції, що повинно сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства [6].

1.2. Методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства

Економічний аналіз є системою взаємопов'язаних й взаємозумовлених методів вивчення і наукового дослідження певних явищ, процесів, дій, результатів. У економіці застосовується з метою виявлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, встановлення та оцінки основних факторів, що позитивно чи негативно впливають на показники ефективності. Очевидним є те, що власник зацікавлений у стабільній роботі підприємства, його розвитку, прибутковості, а це можливо лише при отриманні прибутку та ефективному його використанні. Це пояснює необхідність здійснення

економічного аналізу у ділянці формування та розподілу прибутку, оскільки від значень основних показників діяльності, господарських операцій, структури джерел фінансування залежить прийняття управлінських рішень на рівні підприємства, можливості залучення додаткових джерел, вкладення капіталу [11].

Метою економічного аналізу формування та розподілу прибутку є оцінка ефективності діяльності суб'єкта господарювання, визначення складових елементів формування прибутку та ефективності розподілу прибутку, пошук та обґрунтування резервів підвищення прибутковості [11].

Відповідно до завдань економічного аналізу операцій з формування та розподілу прибутку в сучасних умовах господарювання належать: вивчення можливостей отримання прибутку відповідно до потенціалу суб'єкта господарювання; визначення впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на величину прибутку підприємства; контроль за виконанням планів отримання прибутку; оцінка динаміки та структури фінансових результатів; характеристика впливу прибутку на фінансову стійкість підприємства; оцінка напрямів та визначення ефективності розподілу прибутку; виявлення резервів підвищення прибутковості підприємства; надання рекомендацій з підвищення ефективності управління прибутком [11].

Для досягнення вищевказаних завдань аналізу операцій з формування та розподілу прибутку вагомим значення набуває дослідження методичних засад його здійснення з метою адаптації наявних методик до умов сьогодення, особливо в частині удосконалення механізмів управління прибутком та господарською діяльністю загалом [11].

Проведений критичний аналіз методик аналізу операцій з фінансовими результатами діяльності та операцій з формування та розподілу прибутку, що представлені у навчальній літературі за редакцією авторів В. Я. Позднякова, С. В. Дибаль, І. П. Житної, І. В. Тацій, П. Є. Житного, Г. І. Кіндрацької, М. С. Білик, А. Г. Загороднього, Є. В. Мниха, Ф. Ф. Бутинця, С. З. Мошенського, О.

В. Олійник, В. О. Подольської, О. В. Яріш, Г. В. Савицької свідчить, що елементами методики аналізу прибутку, яка визначена у навчальній літературі, є здійснення вертикального та горизонтального аналізу показників доходів, витрат та прибутку. Такий підхід можна вважати класичним і доступним для широкого кола користувачів (як внутрішніх, так і зовнішніх) за даними показників фінансової звітності. Проте за умов застосування такого підходу можливо дослідити лише зміни у структурі та динаміці фінансових результатів, доходів та витрат і не можна врахувати вплив фінансових результатів (прибутку) на рентабельність діяльності підприємства, фінансову стійкість [11].

У працях В. О. Подольської та О. В. Яріш [12], Г. В. Савицької [13] наведено методики аналізу, які, крім здійснення горизонтального та вертикального аналізу прибутку, передбачають здійснення аналізу рентабельності (прибутковості бізнесу). Це зумовлено тим, що показники рентабельності більш повно характеризують результати діяльності суб'єкта господарювання, тому що їхній розмір відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом. Показники рентабельності застосовуються для оцінки ефективності діяльності підприємства .

У працях С. В. Дибаль [14], Є. В. Мниха [15] окремим етапом аналізу виділяється факторний аналіз прибутку від реалізації продукції. Необхідність здійснення такого наряду аналізу зумовлено дослідженням впливу елементів, що формують показник прибутку від реалізації (виручка, собівартість) та відповідно прийняття рішень за наслідками аналізу (зменшення/збільшення ціни, коригування собівартості). Це пов'язано з тим, що обґрунтовані висновки про величину отриманого прибутку не можна зробити без дослідження факторів, що мають вплив на зміну показників [11].

Особливим є підхід В. Я. Позднякова, який аналіз величини прибутку пропонує проводити з урахуванням інформації про асортиментну політику та рівень відпускних цін. Це пов'язано з тим, що в сучасних умовах економіки

пропозиції на прибуток можна впливати за допомогою асортиментної політики, крім того, як свідчить світовий досвід, якщо продукція швидко продається, ціну доцільно підвищувати. Проте аналіз прибутку за цією методикою є доступним лише вузькому колу користувачів інформації бухгалтерського обліку, що в умовах асиметрії інформації є негативним явищем для зовнішніх користувачів, зокрема інвесторів. Для зовнішніх користувачів на відміну від внутрішніх необхідна інформація більше загального характеру про показники діяльності підприємства, про вплив показників прибутковості на фінансову стійкість та платоспроможність підприємства [11].

Найбільш повно методику аналізу представлено у навчальній літературі за редакцією А. Г. Загороднього, проф. Ф. Ф. Бутинця. Саме у вищеперелічених джерелах найбільш повно представлено методику аналізу прибутку, що враховує для дослідження всі аспекти діяльності підприємства та вплив прибутку на її показники. Зокрема, методика, запропонована авторами за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця, передбачає здійснення аналізу прибутку не лише шляхом проведення вертикального та горизонтального аналізу за даними фінансової звітності, але і здійснення оцінки взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток», розрахунок резервів збільшення прибутку (за даними бухгалтерського обліку та внутрішньої звітності), а також передбачає здійснення окремим етапом аналізу розподілу та використання чистого прибутку, що полягає у проведенні горизонтального аналізу напрямів його розподілу [11].

Для проведення аналізу прибутку за поданими у навчальній літературі методиками необхідними є не лише фінансова звітність, що підлягає оприлюдненню, але і наявність різноманітних джерел інформації, що належить до внутрішніх джерел (зокрема внутрішня звітність). У такому випадку виникають перешкоди для проведення економічного аналізу зовнішніми суб'єктами у зв'язку з інформаційною обмеженістю фінансової

звітності, а також відсутністю інформації із внутрішньофірмових документів (для аналізу взаємозв'язку «витрати-обсяг-прибуток»). Тому в умовах існування інформаційної асиметрії існування затвердженої методики аналізу фінансових результатів (прибутку), який має здійснюватися на основі даних фінансової звітності та внутрішньої звітності, може призвести до неправильного трактування інформації, що отримана за результатами аналізу, а також її недостатності для прийняття управлінських рішень відносно суб'єкта господарювання для зовнішніх суб'єктів [11].

Крім того, методика аналізу прибутку, наведена у підручнику С. З. Мошенського та О. В. Олійник передбачає необхідність здійснення аналізу його якості, який ґрунтується не лише на розробці прогнозів щодо можливості суб'єкта господарювання отримувати прибуток, але і можливості нарощувати темпи його зростання. Вивчення якості прибутку здійснюється за багатьма критеріями, головними з яких є: достовірність, реальність звітності, частота зміни облікової політики та її вплив на формування фінансових результатів, діловий імідж підприємства [16, с. 523].

Аналіз публікацій у наукових статтях, присвячених проблемним питанням методики аналізу фінансових результатів та прибутку, наведено в табл. 1.4.

Таблиця 1.4. Висвітлення питання методики аналізу прибутку у наукових статтях

№	Автор	Етапи аналізу фінансових результатів (прибутку)
1	Череп А. В., Рурка Г. І.	1) вертикальний та горизонтальний аналіз за видами діяльності; 2) оцінка показників динаміки за роками; 3) аналіз структурних компонентів прибутку; 4) факторний аналіз прибутку; 5) аналіз процентної маржі
2	Сало І. В., Лисянська О. О.	1) вертикальний та горизонтальний аналіз прибутку за видами діяльності; 2) оцінка динамічних показників прибутковості за роками; 3) аналіз показників прибутковості; 4) порівняльний аналіз рівня прибутковості; 5) аналіз структурних компонентів прибутку; 6) факторний аналіз;

Продовження таблиці 1.4

3	Шубіна С. В., Крамаренко І. В., Лосева І. В., Швадченко В. О.	1) горизонтальний/ вертикальний аналіз (дослідження динамічних та структурних змін прибутку підприємства); 2) детермінований факторний аналіз; 3) кореляційно-регресійний аналіз: - «ЧП-активи» (залежність ЧП від сукупних активів); - «ЧП-пасиви» (зв'язок ЧП з пасивами); - «ЧП-рух грошових коштів» (залежність ЧП від потоку грошових коштів)
4	Тютюнник Ю. М.	1) аналіз динаміки фінансових результатів; 2) аналіз структури фінансових результатів діяльності; 3) факторний аналіз формування фінансових результатів
5	Блонська В. І., Паньків І. В.	1) горизонтальний аналіз – порівняння показників прибутку в динаміці; 2) вертикальний(структурний) – визначення структури прибутку за сферами діяльності, видами продукції, структурний аналіз розподілу прибутку; 3) порівняльний аналіз прибутку; 4) аналіз коефіцієнтів рентабельності, ефективності розподілу прибутку; 5) інтегральний аналіз прибутку
6	Говорушко Т. А., Лановська Г. І.	1) аналіз динаміки показників діяльності підприємств галузі; 2) аналіз структури та динаміки операційних витрат; 3) аналіз структури показників фінансових результатів; 4) аналіз динаміки чистого прибутку; 5) аналіз динаміки рентабельності показників операційної діяльності
7	Кочетков О. В., Балдик Д. О.	1) аналіз динаміки фінансових результатів; 2) аналіз показників рентабельності

Джерело: [11]

На підставі дослідження даних, поданих у таблиці 1.4, можна зробити висновок, що обов'язковим елементом методики аналізу прибутку є визначення структури та динаміки фінансових результатів та прибутку. Особливістю розглянутих підходів до методики аналізу прибутку у наукових публікаціях є приналежність досліджуваної методики до конкретної галузі економіки (аналіз фінансових результатів сільськогосподарських підприємств, спиртової галузі та ін.). Особливістю методики аналізу прибутку, запропонованою групою авторів С. В. Шубіною, І. В. Крамаренко, І. В. Лосевою, В. О. Швадченко є застосування кореляційно-регресійного аналізу, авторами Ю. М. Тютюнник, І. В. Сало, О. О. Лисянською визначено

необхідність проведення факторного аналізу прибутку. Останніми найповніше представлено методику аналізу прибутку, оскільки враховано найбільше елементів аналізу прибутку – горизонтальний та вертикальний аналіз, факторний аналіз, аналіз показників рентабельності. Перевагою запропонованої методики вважаємо відсутність за наслідками аналізу прибутку за цією методикою асиметрії інформації, оскільки інформаційною базою будуть слугувати дані фінансової звітності. Недоліком вважаємо відсутність розрахункових показників щодо аналізу грошового забезпечення прибутку, а також аналізу інших показників діяльності (зокрема, фінансової стійкості) [11].

Отже, за результатами дослідження методики аналізу прибутку, визначеної у навчальній літературі та наукових статтях встановлено відсутність комплексної методики економічного аналізу фінансових результатів та прибутку, за результатами застосування якої користувачі отримували повну інформацію для прийняття управлінських рішень. Важливість розробки комплексної методики аналізу операцій з формування та розподілу прибутку визначається також тим, що умови економічних відносин пов'язані з постійним пошуком шляхів подолання наслідків кризових явищ та недопущення їх у майбутньому, а також трансформацією сутності та значення прибутку в економіці, яка б ґрунтувалася на концепції грошового забезпечення прибутку для ефективної реалізації його ролі як джерела внутрішнього фінансування [11].

Висновки до розділу 1

В першому розділі дипломної роботи було визначено сутність прибутковості та розкрито методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства.

1) Як було визначено в першому підпункті даної роботи, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів.

В розділі розкрито, що прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва.

Варто відзначити, що показники рентабельності всієї проданої продукції та окремих її видів дають уявлення про окупність (прибутковість) затрат на виробництво і продаж відповідних видів або всієї продукції, тобто про те, скільки прибутку отримує підприємство на одну гривню затрат, укладених для отримання прибутку.

Якщо ж розглядати прибуток та рентабельність як складники прибутковості, то одним із основних факторів їх зростання та підвищення ефективності виробництва є його розширення, тобто збільшення обсягів виготовлення товарів і послуг. Це можна здійснити двома шляхами :

- за рахунок збільшення кількості залучених у виробництво факторів (екстенсивний шлях);
- за рахунок поліпшення технологій (інтенсивний шлях).

2) Для того, щоб розрахувати вищезазначені показники здійснюється аналіз прибутковості, що застосовується з метою виявлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, встановлення та оцінки основних факторів, що позитивно чи негативно впливають на показники ефективності.

Підсумовуючи, потрібно зазначити, що для проведення аналізу прибутку за поданими у навчальній літературі методиками необхідними є не лише фінансова звітність, що підлягає оприлюдненню, але і наявність різноманітних джерел інформації, що належить до внутрішніх джерел

(зокрема внутрішня звітність). Сукупність даних джерел допоможе якісно оцінити прибутковість підприємства.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПрАТ «ВЕНТС»

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства та особливості його розвитку

Підприємство ПрАТ «Вентиляційні системи», засновано в 1990 році. Компанія Vents спеціалізується на виробництві вентиляції – від найменших деталей до потужних вентиляційних систем, модульних установок, які перероблять 90 тисяч кубометрів повітря на годину, комплексами фільтрації, охолодження та нагріву. Оскільки виробництво кожної деталі здійснюється безпосередньо компанією (проектування, виготовлення інструментів і технологічного обладнання відбувається на базі власного інструментального цеху), Vents відповідає за якість кожного виробу [17].



Рис. 2.1. Логотип компанії ПрАТ «Вентс»

Джерело: [17]

Історія створення та розвитку підприємства:

У 1997 році під крилом великого підприємства, яке займалося оптовою та роздрібною торгівлею будматеріалів, компанія тільки вийшла на шлях свого становлення і розвитку [18].

Характеристика підприємства ВЕНТС наведена у таблиці 2.1

Таблиця 2.1. Загальна характеристика підприємства ВЕНТС

Зміст необхідних відомостей	Інформація
1. Повна та скорочена назва підприємства	ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ВЕНТИЛЯЦІЙНІ СИСТЕМИ", ПрАТ «Вентс»
2. Дата реєстрації підприємства. Номер реєстраційного свідоцтва	08.12.1999 А01 № 794993
3. Поштова та юридична адреси підприємства	01030, Україна, м. Київ, вул. Михайла Коцюбинського, буд. 1
4. Код ЄДРПОУ	30637114
5. Вид діяльності (основний), (код галузі)	22.23 Виробництво будівельних виробів із пластмас
6. Організаційно-правова форма підприємства	Акціонерне товариство
7. Форма власності, частка держави у капіталі, %	Приватна
9. Банківські реквізити (ідентифікаційний номер, код ПН, розрахунковий рахунок)	Публічне акціонерне товариство «ОТП Банк» 300528 26008001371293

Складено на основі [19]

У 1999 році було засновано дочірнє підприємство «Вентиляційні системи» яке вже у 2000 році придбало незалежний статус ЗАТ (закрите акціонерне товариство) і викупило частину виробничих приміщень. У невеликих корпусах розташувалися склад матеріалів і готової продукції, невеликий цех лиття пластмас під високим тиском, цех складання побутових вентиляторів і вентиляційних решіток. Трохи пізніше, після реорганізації виробничих площ, був створений цех екструзії і цех фарбування. На той момент в арсеналі компанії було кілька металообробних верстатів, термопластавтоматів та інше виробниче обладнання [18].

У 2003 році починається масштабна реорганізація і розширення виробничих площ і ресурсів підприємства. Освоюються нові площі, зростають нові корпуси, закуповується нове високотехнічне обладнання [18].

Ключовим моментом в історії компанії ВЕНТС став розвиток галузі промислової вентиляції. У 2006 році в арсеналі підприємства з'явилося розмаїття осьових, відцентрових, дахових та каналних промислових вентиляторів, а крім того, почалися перші розробки агрегатів для обробки

повітря (центральної кондиціонерів). Уже в 2009 році перший агрегат AirVENTS було встановлено в Мукачевому [18].

На 2014 рік ВЕНТС виробляє повний спектр вентиляційного устаткування будь-якої конфігурації, потужності і ступеня складності. У порівнянні з початком діяльності обсяги виробленої продукції в цілому збільшилися в сотні разів. Компанія випускає близько 3 600 000 побутових вентиляторів, 180 000 одиниць промислової вентиляції і більше 10 000 моноблочних приточно-витяжних установок на рік. Завдяки набутому досвіду і продукції найвищої якості, компанія ВЕНТС стала великим експортером і підтримує партнерські відносини з 96 країнами світу [18].

ВЕНТС – потужне науково-виробниче підприємство, яке володіє найбільшою сучасною виробничою базою в Європі і самостійно виробляє повний спектр обладнання для систем вентиляції та кондиціонування будь-якого ступеня складності під торговими марками VENTS, Домовент, Пластивент, Алювент, X-VENT, AirVENTS [18].

Асортимент вентиляційної продукції ВЕНТС становить понад 10 000 найменувань для побутової, комерційної та промислової вентиляції, різних цільових аудиторій споживачів і світових географічних регіонів. Виробничі потужності розташовані більш ніж на 60000 м² у місті Боярка. Кожен з 16 цехів компанії обладнаний відповідно до міжнародних стандартів (на підприємстві впроваджена система управління якістю, що відповідає вимогам міжнародних стандартів ISO 9001: 2000) і здійснює повноцінний виробничий цикл. На підприємстві працюють понад 2 000 працівників, які забезпечують втілення вентиляційної продукції від ідеї і конструкторського рішення до готового високотехнологічного продукту. Для цього ВЕНТС реалізує стратегію сталого розвитку, яка заснована на впровадженні інновацій та застосуванні передових технологій в області кліматичного обладнання [18].

Споживачами продукції є житлові комплекси, заклади, громадського харчування, заклади освіти, торгово-розважальні заклади, бізнес-центри [18].

На підприємстві ВЕНТС існує матрична організаційна структура (слабка), так як висока кількість окремих проектів та інноваційних розробок накладається на сталу функціональну структуру (див. рис. 2.2). При цьому гармонійний управлінський колектив, що здатний успішно вирішувати чотири основні елементи управління: планування, організація, контроль та керівництво – тісно співпрацює з виконавцями проектів, на нарадах до уваги приймаються пропозиції основних технологів та навіть робочого персоналу (по покращення організації праці, умов праці та інше) [18].

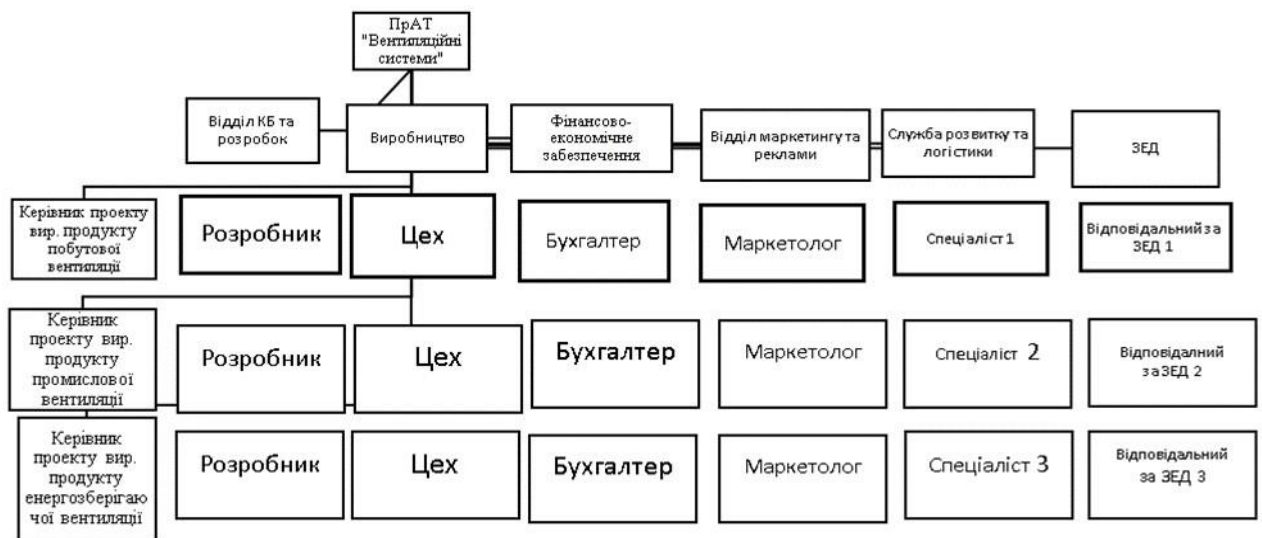


Рис. 2.2. Організаційна структура ПрАТ «Вентс»

Джерело: [17]

Аналіз середовища підприємства — це процес визначення критично важливих елементів зовнішнього і внутрішнього середовища, які мають вплив на досягнення цілей підприємством. Аналіз середовища виконує ряд важливих функцій в діяльності підприємства [20]:

- з погляду стратегічного планування, покращує визначення найбільш важливих факторів, що впливають на економіку підприємства і його майбутнє;
- з погляду політики підприємства, допомагає йому створити про себе найбільш сприятливе враження;

- з погляду поточної діяльності, забезпечує інформацією, необхідною для кращого виконання виробничих функцій.

Так, О.С. Віханський доводить, що «аналіз середовища вважається початковим процесом стратегічного управління, оскільки він забезпечує як базу для визначення місії і цілей підприємства, так і для розробки стратегії поведінки, що дозволить підприємству здійснити свою місію і досягти своїх цілей» [20].

Для визначення стратегії поведінки підприємства і її реалізації, керівництво повинно мати поглиблене уявлення як про внутрішнє середовище підприємства, його потенціал і тенденції розвитку, так і про зовнішнє середовище, тенденції його розвитку і місце, яке займає в ньому підприємство. При цьому внутрішнє середовище вивчається для того, щоб розкрити сильні і слабкі сторони підприємства, а зовнішнє середовище – для того, щоб розкрити загрози і можливості, які підприємство повинно враховувати при визначенні своїх цілей і при їх досягненні [20].

Внутрішнє середовище підприємства є джерелом його ефективного функціонування, оскільки включає потенціал розвитку на певному проміжку часу. Але внутрішнє середовище може також бути і джерелом проблем і навіть банкрутства підприємства у тому випадку, якщо потенціал не забезпечує ефективного функціонування підприємства [21].

Внутрішнє середовище підприємства як частина загального середовища знаходиться у рамках підприємства і безпосередньо впливає на ефективність функціонування підприємства [21].

Внутрішнє середовище має декілька аспектів, кожен з яких включає набір ключових процесів та елементів і становить потенціал підприємства. Загальноприйнято включати до внутрішнього середовища підприємств [21]:

– кадровий потенціал, який охоплює такі процеси, як: взаємодія менеджерів і робітників; наймання, навчання і кар'єрне зростання кадрів; оцінка результатів праці і стимулювання; створення і підтримка взаємовідносин між працівниками і т. п. [21];

- організаційний потенціал включає: комунікаційні процеси; організаційні структури; норми, правила, процедури; розподіл прав і відповідальності; ієрархію підпорядкування [21];
- виробничий потенціал включає різні характеристики процесів виробництва продукції, постачання і ведення складського господарства; обслуговування технологічного парку; здійснення досліджень і розробок [21];
- маркетинговий потенціал охоплює ті процеси, що пов'язані з реалізацією продукції: ціноутворення, просування продукту на ринку, вибір ринків збуту і систем розподілу [21];
- фінансовий потенціал включає процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху грошових коштів підприємства, ліквідності, прибутковості, створення інвестиційних можливостей тощо [21].

Отже, з матеріалу поданому вище можна зрозуміти, що внутрішнє середовище, як частина загального середовища, є джерелом ефективного функціонування компанії і безпосередньо впливає на майбутній розвиток. Тому проаналізуємо внутрішнє середовище компанії ВЕНТС за основними факторами.

Аналіз внутрішнього середовища компанії ВЕНТС за факторами:

1) Організаційний

Складові елементи:

- На підприємстві ВЕНТС існує матрична організаційна структура (слабка), так як висока кількість окремих проектів та інноваційних розробок накладається на сталу функціональну структуру [18].
- Прийняття рішень здійснюється на нарадах, за участі вищого, середнього менеджменту, керівників проектів. Основне рішення – за директором.
- Часто проводяться онлайн конференції, сповіщення для працівників по загальній системі оповіщення, при приході на роботу по даній

системі всіх вітають та сповіщають новини, що стосуються підприємства ВЕНТС.

2) Кадровий

Складові елементи [18]:

- Менеджери середнього рівня тісно співпрацюють з робітниками з одного боку, та з менеджерами вищого рівня з другого боку.
- Навчання кадрів відбувається за допомогою проведення семінарів, спеціалізованих курсів.
- Щомісяця визначають команду Найкращих працівників місяця та вивішують оголошення на веб-сайті.
- Організація для всіх співробітників святкових днів: День сім'ї, релігійні свята.
- Горизонтальна комунікація: обмін інформацією між різними відділами та іншими структурними підрозділами, в результаті чого досягається координація і узгодження діяльності для досягнення загальних цілей організації. Умовою ефективного здійснення горизонтальних комунікацій є чіткий розподіл обов'язків, повноважень і відповідальності структурних підрозділів, дотримання службової етики взаємовідносин, використання сучасних засобів зв'язку.

3) Маркетинговий

Складові елементи:

- Стратегія підтримуючого маркетингу – попит на ринку високий, тому проводяться заходи підтримки реклами, а також за допомогою постійної участі у виробничих виставках. За ознакою конкурентних переваг (за Портером) - стратегія цінового лідерства; а залежно від конкурентного становища фірми та її маркетингових спрямувань - стратегія ринкового лідера.

Товарна політика – це насичення ринку. Цінова політика – середні ціни на товари.

- Здійснюються прямі поставки вентиляційної продукції та її монтаж, існує система розгляду скарг від споживачів [18].

- ВЕНТС не має власної системи розподілу закордоном, тому має по світу багатьох партнерів-дистриб'юторів продукції ВЕНТС [18].

- Для постійної рекламно-інформаційної підтримки партнерів представники компанії ВЕНТС щорічно беруть активну участь у спеціалізованих світових та вітчизняних виставках, салонах і форумах, присвячених системам вентиляції, опалення і кондиціювання. Це дає можливість продемонструвати потужний потенціал підприємства і представити інноваційні розробки вентиляційного обладнання ВЕНТС [18].

Для надання комплексної торговельної та рекламно-інформаційної підтримки партнерам у компанії організований профільний відділ «торговельних рішень». ДІУ-спеціалісти регулярно розробляють рекламно-інформаційну поліграфічну продукцію та демонстраційне торговельне й виставкове обладнання для просування продукції ВЕНТС.

Компанія ВЕНТС надзвичайно ретельно підбирає асортимент продукції для магазинів формату ДІУ (ринок будівельних матеріалів) та пропонує індивідуальну ефективну планограму викладки продукції для кожного магазину.

4) Фінансовий

Складові елементи:

- Прибутковість забезпечується реалізацією виготовленої продукції, яка в свою чергу проходить ланцюг додавання цінності – від постачання матеріалів до поставки додому чи на підприємство-замовника.

- Залучаються інвестиції особливо закордонні для розробки спеціальних заказів для підприємств.

5) Стратегічний

Складові елементи:

- Досягнення економії коштів за рахунок зменшення собівартості продукції, налагодження процесу lean production.

- Вихід на топ-позиції світу за рахунок великого асортименту продукції, низької відносної вартості продукції, розробок інноваційних продуктів.

- Компанія безперервно розробляє нові інжинірингові рішення для організації споживчих характеристик продукції.

б) Виробничий

Складові елементи [18]:

- Завдяки внутрішній нормативно-технічній документації та чітко вибудованій системі контролю, продукція ВЕНТС завжди відповідає найсуворішим європейським стандартам якості та безпеки (CE), а також має сертифікати найбільших міжнародних сертифікаційних інститутів і організацій - TUV (Німеччина), PCBC (Польща), EVPU (Словаччина), УкрТест (Україна), РосТест (Росія), AMCA (США), HVI (США) та інших.

Виробничий процес компанії ВЕНТС є сертифікованим відповідно до міжнародних стандартів системи менеджменту якості організацій та підприємств ISO 9001:2015.

- Обсяг складських запасів оптимізований таким чином, щоб мінімізувати затримку продукції на складі.

- Складські приміщення обладнані за європейськими стандартами та оснащені сучасним транспортним обладнанням для вантажно-розвантажувальних робіт.

- Нові ідеї, передові рішення та інженерні проекти розробляються конструкторським бюро компанії із застосуванням найсучасніших наукових технологій, за участі конструкторів авіакосмічної та суднобудівної промисловості.

При створенні заводу була реалізована ціла низка важливих виробничих, економічних та соціальних завдань [18]:

- розташування всіх підрозділів виробництва на одній території із забезпеченням оптимального технологічного взаємозв'язку між ними;

- забезпечення замкнутого циклу виробництва з автономними системами тепло- та водопостачання (власна котельня, трансформаторні та газорозподільчі підстанції, свердловини водопостачання із сучасною системою охолодження);
- зведення до єдиного комплексу інженерних, торгівельних, логістичних та виробничих підрозділів для забезпечення бездоганної комунікативності;
- створення робітникам підприємства зразкових умов праці в галузі;
- екологічність виробництва з максимальним захистом навколишнього середовища від будь-яких шкідливих впливів.

2.2. Діагностика зовнішнього середовища підприємства

Зовнішнє середовище – фактори, що знаходяться за межами підприємства. У зовнішньому середовищі виокремлюють макро- і мікросередовище [20].

Мікросередовище підприємства – це ті суб'єкти, з якими воно постійно і безпосередньо взаємодіє: споживачі, постачальники, конкуренти, партнери, ринок робочої сили. Мікрооточення має вплив на складові внутрішнього середовища підприємства, але, при цьому, існує і зворотній зв'язок – підприємство може впливати на фактори проміжного середовища [20].

Макросередовище підприємства – це фактори, які мають непряму дію на внутрішнє середовище, але які здійснюють значний вплив на його діяльність. До факторів макрооточення найчастіше відносять економічні, політичні, технологічні, соціальні, ринкові та міжнародні фактори [20].

Таким чином, процес дослідження навколишнього середовища передбачає вивчення трьох складових: зовнішнього середовища (макрооточення), проміжного середовища (мікрооточення), внутрішнього середовища підприємства [20].

Зовнішнє середовище є джерелом, що забезпечує підприємство ресурсами, необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні. Підприємство знаходиться в стані постійного обміну із зовнішнім середовищем, забезпечуючи тим самим собі можливість виживання. Але ресурси зовнішнього середовища не безмежні. Завжди існує можливість того, що підприємство не зможе отримати потрібні ресурси із зовнішнього середовища тому, що на них претендують багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Це може ослабити потенціал підприємства і призвести до багатьох негативних для нього наслідків. Завдання стратегічного управління полягає в забезпеченні такої взаємодії підприємства з середовищем, яке дозволяло б йому підтримувати свій потенціал на рівні, необхідному для досягнення його цілей, і тим самим давало б йому можливість виживати в довгостроковій перспективі [20].

Аналіз зовнішнього середовища є процесом, за допомогою якого розробники стратегії контролюють зовнішні по відношенню до підприємства фактори з метою передбачати потенційні загрози і можливості. Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволить підприємству досягти цілей і перетворити потенційні загрози на вигідні можливості. Для дослідження зовнішнього середовища підприємства виділяють шість груп факторів: економіка, політика, ринок, технологія, міжнародне положення і соціальна поведінка [20].

Вентиляційна галузь в Україні та закордоном достатньо швидко розвиваються у зв'язку з появою новітніх технологій, потребою їх інтеграції з вентиляційними системами та глобальним занепокоєнням екологічною кризою.

Стислу діагностику досліджуваної галузі наведено у вигляді таблиці 2.1.

Таблиця 2.1. Діагностика вентиляційної галузі

Показник	Характеристика
Розмір світового ринку	Близько 2 млрд дол. США обороту вентиляційної продукції
Темп зростання ринку	Середній: 4-6% на рік
Ступінь життєвого циклу	Зрілість
Кількість компаній у галузі	Тисячі компаній по світу. В Україні це 5 основних гравців, які разом займають 90% ринку вентиляційної продукції України
Ступінь вертикальної інтегрованості	Високий
Легкість входу/виходу	Високі бар'єри
Технології/Інновації	Технології змінюються швидко (обладнання і сама продукція). Інновації в даній галузі – це переможці
Характер виробництва	Середніми партіями
Рівень ціни	Широкий діапазон цін на вентиляційну продукцію
Економія на масштабах	Помірна. Підприємства мають практично однакові виробничі витрати, але можлива економія за рахунок транспортування великої партії продукції одному покупцю, на купівлі великих партій сировини або наявності власної сировинної бази
Прибутковість галузі	Середній та вище середнього рівня

Складено на основі [17, 22, 18]

На даному ринку вентиляційних систем переважає слабка конкуренція – більшість компаній вкладає інвестиції у виробництво і отримує власний прибуток, тому що малим виробникам даної продукції не вигідно конкурувати з гігантами галузі, а великі підприємства, навпаки, більшу увагу зосереджують уже на зовнішньому ринку, тому не «знищують» своїх міні конкурентів.

Сканування та аналіз зовнішнього середовища ПрАТ Вентс:

1) Демографічні тенденції

На споживчому ринку переважають тенденції до збільшення кількості замовників і користувачів вентиляційною продукцією, особливо з енергозберігаючими характеристиками. Вік споживачів в основному від 30 років – це голови сімейств, які планують систему вентиляції в домі, інтегруючи енергозберігаючу систему компанії ВЕНТС. Вартість даної

системи зорієнтована на вищий середній рівень доходів громадян, тобто доступне і разом з тим економне рішення для покупців.

На ринку B2B існує велика кількість компаній по всьому світу, які зацікавлені в продукції.

2) Економічні тенденції

Тенденції на українському ринку: ріст ціни іноземної валюти має як негативне, так і позитивне значення. При імпорті комплектуючих ціни на них щоразу підвищуються при рості ціни валюти. Проте при здійсненні експортних продажів ми отримуємо більші доходи від реалізації продукції, ніж на внутрішньому ринку.

Регіональні тенденції: зменшилася кількість продажів до Російської Федерації у зв'язку з погіршенням відносин, тому активно проводиться політика орієнтації на європейські країни та американський і азійський ринки.

Глобальні економічні тенденції полягають у збільшенні енергозберігаючої продукції для економії ресурсів та грошей, глобалізація призводить до полегшення процесу знаходження партнерів та споживачів.

3) Екологічні тенденції

Наразі дана група тенденцій є найбільш тривожною, адже з кожним роком екологічна ситуація в світі погіршується. Тому турбота про довкілля є невід'ємною частиною виробничої діяльності ВЕНТС. Політика компанії спрямована на подальший розвиток екологічності виробництва та відповідність європейським стандартам, приділяє максимальну увагу екологічності власного виробництва та втілює нові технології, які відповідають сучасним вимогам зі збереження навколишнього середовища. Відходи виробництва елімінуються за допомогою спеціальних систем. Зменшується кількість пластмасових деталей.

4) Науково-технічні тенденції

Основною тенденцією є створення енергозберігаючих систем вентиляції, опалювання, що викликають в даний час найбільший інтерес у

компаній. Завдяки застосуванню нових технологій з'являються нові потреби у споживачів. Інтенсивний розвиток інформаційних технологій призводить до створення так званих «розумних» систем – смарт-хоум. Тому завдання полягає у розробці таких інтегрованих вентиляційних систем з концепцією смарт.

3 серпня 2018 року (GLOBE NEWSWIRE) - Zion Market Research публікує новий звіт під назвою «Розумний будинок. Глобальна галузева перспектива, комплексний аналіз і прогноз, 2016-2022 ». Згідно зі звітом, світовий ринок «розумного будинку» в 2016 році склав приблизно 24,4 млрд. доларів США, і, як очікується, досягне приблизно 53,45 млрд. доларів США до 2022 року, зросте в середньому на 14,5% в період між 2017 і 2022 роками [23].

Передова технологія дозволила підключати і керувати різними пристроями одним пристроєм, і ця технологія використовується розумними будинками. У розумних будинках можна керувати різними пристроями, такими як: освітлення, камери відеоспостереження, смарт-телевізор, пральна машина тощо. Ці пристрої можна вмикати або вимикати з іншого місця, навіть якщо пристрій, який керує ними, отримує сигнал для цього. Домовласники користуються більшою зручністю та комфортом завдяки базовому моніторингу безпеки та індивідуальному доступу до покриттів вікон, побутової техніки, освітлення, зрошення, розважальних систем та багатьох інших. Видатними факторами розумного удосконалення є енергоефективність, безпека будинку, розваги, зручність / продуктивність, віддалений моніторинг здоров'я та підключення [23].

«Розумний будинок» відноситься до житлового комплексу автоматизації будівель і включає в себе автоматизацію освітлення, вентиляції, опалення, кондиціонування і безпеки, а також побутових приладів, таких як пральні та сушильні машини, духовки або холодильники, які використовують Wi-Fi для дистанційного моніторингу. В даний час будується багато нових

будинків з додатковою проводкою і елементами управління, які необхідні для роботи сучасних систем домашньої автоматизації [23].

5) Політико-правові тенденції

З політичної точки зору, погіршення відносин з Росією вплинули на рівні продажів. Правова база українського законодавства, особливо що стосується надання патентів, оформлення продукції на кордоні, сповільнює процес експорту продукції.

6) Соціально-культурні тенденції

✓ Географічне походження продукції ВЕНТС сприяє покращенню іміджу країни закордоном, про високі технологічні можливості та ресурси України дізнаються все більше країн.

✓ Інформація про товар, документація ведеться на українській мові, проте кожен товар має переклад англійською, що є доступним для споживачів закордоном. Деякі дистриб'ютори за кордоном роблять наклейки на нашу продукцію їхньою мовою.

Аналіз зовнішнього середовища прямого впливу: конкуренти

Конкуренти на зарубіжних ринках:

- 1) Systemair (Швеція),
- 2) Rosenberg (Німеччина),
- 3) Soler&Palau (Іспанія),
- 4) Osberg (Швеція).

Побудуємо карту-матрицю і представимо її в табл. 2.2. Нумерація від 1 до 4 на карті позначають конкурентів на зовнішньому ринку.

Таблиця 2.2. Карта стратегічних груп конкурентів у галузі

Ціна	Висока			2
	Середня		1 3	ВЕНТС
	Низька		4	
		Низька	Середня	Висока
Якість та асортимент				

Складено на основі [12, 19]

Попередній аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища дає нам право на проведення SWOT-аналізу внутрішніх та зовнішніх загроз і можливостей, сильних і слабких сторін (табл. 2.3).

Застосування методу SWOT дає можливість встановити лінії зв'язку між силою та слабкістю, які притаманні організації, і зовнішніми загрозами та можливостями. SWOT-аналіз підкреслює, що стратегія повинна якнайкраще поєднувати внутрішні можливості компанії (її сильні і слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (частково відображену у можливостях і загрозах). Тому стратегічний баланс, тобто поєднання негативних і позитивних факторів, що впливають на діяльність компанії як ззовні, так і зсередини, допомагає правильно оцінити можливості, які відкриваються перед компанією в майбутньому [22].

Методологія SWOT передбачає першочергове виявлення сильних та слабких сторін і подальше встановлення між ними взаємозв'язків, які можуть бути використані для формулювання стратегії організації. Отже, матриця SWOT надає керівникам структуроване інформаційне поле, в межах якого вони можуть стратегічно орієнтуватися і приймати управлінські рішення [22].

На початковому етапі SWOT-аналізу складається перелік сильних та слабких сторін, а також загроз і можливостей організації, із врахуванням поточної ситуації. По суті матриця SWOT-аналізу є зручним інструментом структурного опису стратегічних характеристик середовища і підприємства [22].

Сильні сторони – це певні особливості, які надають компанії додаткові можливості. Сильні сторони можуть полягати у навичках, значному досвіді, цінних організаційних ресурсах або конкурентних можливостях, досягненнях, які дають фірмі переваги на ринку (наприклад, якісніший товар, досконала технологія, краще обслуговування клієнтів) [22].

Слабкі сторони – це відсутність чогось важливого для функціонування компанії, або те, що ставить її у несприятливі умови. Величина негативного

впливу слабкої сторони на компанію залежить від того, наскільки ця слабкість важлива у конкурентній боротьбі [22].

Загрози – це труднощі й обмеження, що виникають на шляху організації в майбутньому. Загрозу можуть представляти: поява дешевших технологій, впровадження конкурентом нового або вдосконаленого продукту, вразливість при підвищенні процентних ставок, можливість поглинання крупнішою фірмою, політичні зміни в країні, де компанія має свої філії тощо [22].

Можливості – це перспективи, що відкриваються для організації у майбутньому. Зокрема, розрізняють такі можливості у діяльності фірми: здатність обслуговувати додаткові групи клієнтів або виходити на нові ринки або нові сегменти ринку, розширення асортименту продукції з метою задоволення широкого кола потреб клієнтів, здатність використовувати навички і технологічні ноу-хау для випуску нової продукції або нових видів існуючої, зниження торгових бар'єрів на привабливих іноземних ринках, послаблення позицій фірм-конкурентів, можливість швидкого розвитку у зв'язку зі стрімким зростанням попиту на ринку, поява нових технологій та інше [22].

Матриця SWOT будується в двох векторах: стан зовнішнього середовища (горизонтальна вісь) і стан внутрішнього середовища (вертикальна вісь). Кожний вектор розбивається на два рівні: можливості і загрози, які були виявлені у зовнішньому середовищі, сила і слабкість потенціалу підприємства. На перетинах окремих складових груп факторів формуються чотири поля (квадранти). Для них характерні певні стратегічні вказівки, які формулюються на основі взаємозв'язків окремих елементів SWOT і які необхідно враховувати [22].

Кожне поле цієї матриці має певні позначення [22]:

- поле СіМ (SO) – поєднання сильних сторін і можливостей;
- поле СлМ (WO) – поєднання слабких сторін і можливостей;
- поле СіЗ (ST) – поєднання сильних сторін і загроз;
- поле СлЗ (WT) – поєднання слабких сторін і загроз.

У табл. 2.4 визначено основні стратегічні проблеми, сформульовані на основі виявлення парних комбінацій сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі.

Таблиця 2.4. Вихідні дані для складання переліку стратегічних проблем підприємства

Поле матриці SWOT	Стратегічні проблеми	Оцінка факторів, у балах
СiМ	Втрата потенційних клієнтів через недостатню участь у міжнародних виставках;	2
	Проблема управління відходами через збільшення кількості продукції, що випускається.	2
СЛМ	1.Спеціалісти покидають підприємство і виїжджають закордон у пошуках кращих умов праці.	3
	2.Збільшується вартість готової продукції через високі затрати на тестування.	2
СiЗ	1.Збільшення конкуренції у сфері енергозберігаючої та автоматизованої вентиляційної продукції.	3
	2. Втрата постійних клієнтів закордоном у зв'язку з підвищенням конкуренції.	2
СЛЗ	1.Втрата потенційних висококваліфікованих працівників у сфері ІТ (можуть перекинутися на більш успішні закордонні компанії-конкуренти).	2
	2.Підвищення цін на транспортування та відносно висока собівартість визначають високу ціну товару, що за цінами є однаковим з іноземними товарами-конкурентами, проте якість залишається на попередньому рівні.	3

Джерело: розроблено автором на основі табл. 2.3

У табл. 2.5 сформульовано стратегічні альтернативи, що сформувалися на основі парних комбінацій сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі.

Отже, можна дійти висновку, що компанія ВЕНТС володіє значним потенціалом можливостей, які відкриваються при сприянні зовнішнього та внутрішнього середовища не дивлячись на загрози середовища. Найсильнішими сторонами підприємства є диверсифікований асортимент, висока репутація на ринку та низькі витрати на виробництво при експортуванні продукції.

Таблиця 2.3. SWOT-аналіз середовища підприємства ВЕНТС

<div>Зовнішнє середовище</div> <div>Внутрішнє середовище</div>		Можливості - Opportunities	Оцінка в балах	Загрози - Threats	Оцінка в балах
		1. Науково-технічний прогрес	3	1. Покращення якості продукції конкурентів	3
		2. Розвиток інформаційних технологій	3	2. Зниження обсягів попиту на стандартну вентиляційну продукцію	2
		3. Глобалізація економічних відносин, інтеграція з ЄС	2	3. Збільшення кількості закордонних конкурентів	3
		4. Захист навколишнього середовища	3	4. Посилення контролю продукції на національному рівні	2
		5.Збільшення енергозберігаючої продукції	3	5.Зростання уваги до якості управління відходами	2
Сильні сторони -Strengths		Поле SO		Поле ST	
	Оцінка в балах				
1.Багаторічний досвід роботи на ринку	3				
2. Диверсифікований товарний асортимент (широкий та глибокий)	2				
3.Наявність достатньої кількості власних коштів	2				
4.Значна кількість постійних клієнтів	3				
5. Позитивна репутація фірми	3				
Слабкі сторони - Weaknesses		Поле WO		Поле WT	
	Оцінка в балах				
1.Високі витрати на тестування продукції	2				
2.Недостатній рівень кваліфікації персоналу	3				
3. Висока порівняно з конкурентами питома собівартість	2				
4. Недостатній рівень комунікацій між відділами	1				

Складено на основі [17, 24, 18]

Таблиця 2.5. Вихідні дані для складання переліку стратегічних альтернатив розвитку підприємства

Поле матриці SWOT	Стратегічні альтернативи	Оцінка факторів, у балах
СiМ	Збільшення кількості постійних клієнтів у зв'язку зі збільшенням присутності компанії на закордонному ринку, участю в міжнародних виставках;	3
	Покращення іміджу компанії у зв'язку із виробництвом сучасних систем вентиляції.	3
СЛМ	Можливість зниження собівартості шляхом впровадження кращого обладнання та покращенні кваліфікації працівників Залучення більше коштів у розвиток персоналу	3 2
СiЗ	Утримання власних клієнтів і залучання нових за рахунок позитивного іміджу, якісних товарів та кваліфікації персоналу.	3
	Покращення системи управління відходами та створення власної системи транспортування	2
СЛЗ	Завдяки зростання уваги до якості продукції та її відповідності стандартам, можливо виправдання вищої собівартості.	2
	Проведення навчальних курсів та семінарів для працівників з метою підвищення кваліфікації, в такому разі і якість продукції, її відповідність нормам забезпечена	3

Джерело: розроблено автором на основі табл. 2.3

2.3. Оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку

Абсолютним вимірником прибутковості підприємства є прибуток, його наявність свідчить про ефективність діяльності, але лише за значенням прибутку неможливо визначити її рівень. Для цього потрібно співставити показник прибутку з показником витрат ресурсів і за відносним значенням визначити рівень прибутковості підприємства [18].

Прибуток – це різниця між ціною реалізації та собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції. Прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал для досягнення певного комерційного успіху, проте він характеризує лише ту частину доходу, яка «очищена» від затрат, понесених на здійснення цієї діяльності [18].

Загальний прибуток підприємства становить собою кінцевий результат діяльності підприємства. У його складі враховується прибуток від усіх видів діяльності підприємства: прибуток від реалізації товарної продукції, робіт, послуг – валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, прибуток від звичайної діяльності, прибуток від надзвичайної діяльності. Крім того, розраховують чистий прибуток (прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства). Основним складником загального прибутку є прибуток від реалізації товарної продукції. Він становить понад 95% загального прибутку [18].

Джерелами інформації для проведення аналізу рентабельності є:

Форма №1 «Баланс підприємства» (див. Додаток А);

Форма №2 «Звіт про фінансові результати» (див. Додаток Б);

Розглянемо основні показники, які використовуються для розрахунку прибутку компанії ПрАТ «Вентиляційні системи» за останні три роки (табл. 2.6)

Таблиця 2.6. Основні показники для розрахунку прибутку компанії ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 роки

№	Показник	2015	2016	2017
1	Сукупний капітал	1021500	1346070	1713281
2	Власний капітал	318173	438632	558430
3	Чистий дохід від реалізації продукції	1467332	1919474	2272834
4	Валовий прибуток	573482	694254	702742

Продовження таблиці 2.6

5	Прибуток від операційної діяльності	166533	177793	185174
6	Чистий прибуток	109607	121146	121243

Складено за даними: [24]

Динаміка змін даних основних показників прибутковості підприємства зображена на рис. 2.3 та рис. 2.4.

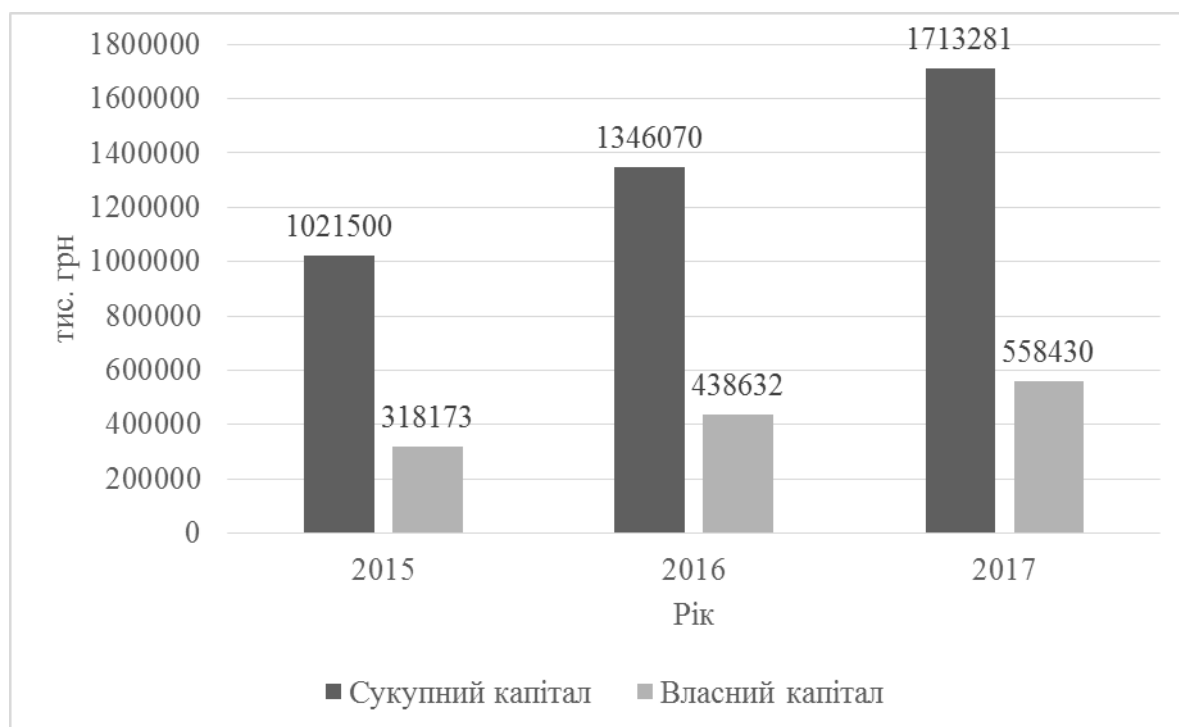


Рис. 2.3. Динаміка змін показників капіталу ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 роки

Складено на основі [24]

Аналіз даних рис. 3.1 свідчить, що динаміка всіх шістьох показників протягом 2015 - 2017 років є позитивною (показники збільшуються) для підприємства.

З метою більш якісного аналізу показників, розрахуємо відхилення між зазначеними періодами (див табл. 2.7).

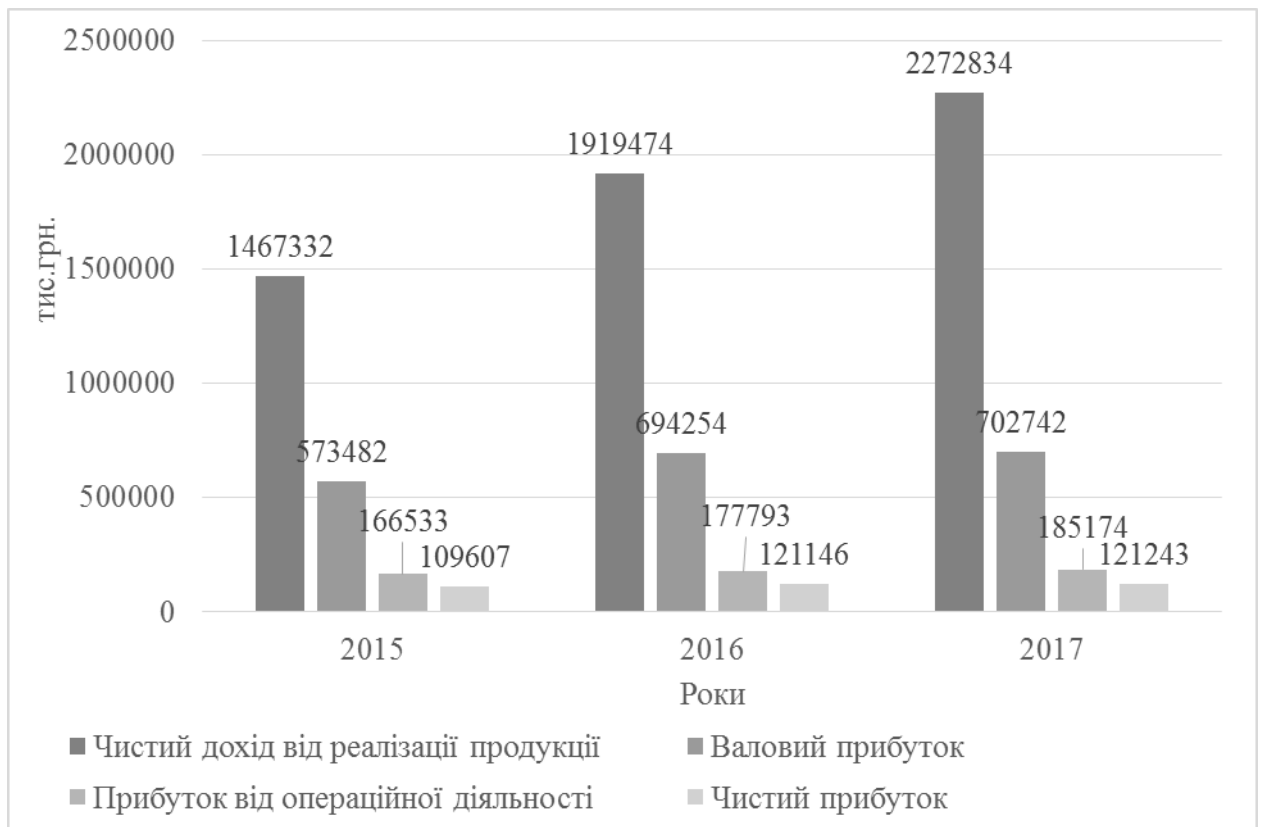


Рис. 2.4. Динаміка змін показників прибутку та доходу ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 роки

Складено на основі [24]

Таблиця 2.7. Динаміка змін показників для розрахунку прибутку компанії ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 роки

№	Показник	Відхилення +/-			
		2015 - 2016		2016-2017	
		Тис. грн	%	Тис .грн	%
1	Сукупний капітал	324570	31,8%	367211	27,3%
2	Власний капітал	120459	37,9%	119798	27,3%
3	Чистий дохід від реалізації продукції	452142	30,8%	353360	18,4%
4	Валовий прибуток	120772	21,1%	8488	1,2%
5	Прибуток від операційної діяльності	11260	6,8%	7381	4,2%
6	Чистий прибуток	11539	10,5%	97	0,1%

Розраховано за даними фінансової звітності підприємства [24]

Отже, як свідчать дані табл. 3.2, найбільше зростання характерне для показника власного капіталу. Він виріс на 37,9% за період 2015 – 2016 року та на 27,3 % за 2016 – 2017 роки.

Достатнім є також зростання таких показників як: сукупного капіталу (31,8% за перший період та 27,3% за другий), чистого доходу від реалізації продукції (30,8% та 18,4% відповідно) та валового прибутку (21,1% та 1,2% відповідно). Однак, значення зростання останнього показника сильно зменшилося у 2017 році в порівнянні з 2016 роком, майже на 20%.

Не великим було зростання показників прибутку від операційної діяльності (6,8% на 2016 рік та 4,8 на 2017р.) і чистого прибутку (10,5% і 0,1% відповідно). Рівень зростання чистого прибутку на 2017 рік різко скоротився в порівнянні з минулим роком та майже досяг нульового значення.

Отже, прибутковість характеризується прибутком та рентабельністю. Існують різні підходи до визначення показників рентабельності. У цілому рентабельність більш змістовно, ніж прибуток, зображають кінцеві результати господарювання [11].

Рентабельність показує, наскільки прибуткова діяльність підприємства. Відповідно, чим вищі коефіцієнти рентабельності - тим ефективніша діяльність підприємства. Тому, на сьогоднішній день, підприємство повинно прагнути досягти більш високих показників, а керівництво повинно визначати шляхи їх зростання [25].

Існує значна кількість коефіцієнтів рентабельності, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. Від характеру оцінки, насамперед, залежить вибір оціночного показника (прибутку), що використовують у розрахунках. Найчастіше використовують чотири різних показники: валовий прибуток (ряд. 2090 ф.2), операційний прибуток (ряд. 2190 ф.2), прибуток до оподаткування (ряд. 2290 ф.2), чистий прибуток (ряд.2350 ф.2) [25].

Слід відмітити, що загальноприйнятих значень рентабельності, на які можна орієнтуватися при аналізі, не існує. Тому зростання усіх показників рентабельності в динаміці за звітні періоди розглядають як позитивну тенденцію [25].

Залежно від того, з чим порівнюють показник прибутку, виділяють дві групи коефіцієнтів рентабельності [25]:

- рентабельність інвестицій (капіталу);
- рентабельність продажів.

У групі коефіцієнтів рентабельності інвестицій (капіталу) розраховують два основних коефіцієнти [25]:

- рентабельність сукупного капіталу (або активів);
- рентабельність власного капіталу.

Рентабельність сукупного капіталу (P_a) розраховується за формулою [25]:

$$P_a = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Сукупний капітал}} = \frac{\text{ряд. 2350 ф. 2}}{\text{ряд. 1900 ф. 1}} \quad (2.1)$$

Цей коефіцієнт показує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для одержання прибутку, тобто який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи [25].

Показник рентабельності власного капіталу ($P_{вк}$) становить інтерес, насамперед, для інвесторів і характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує власний капітал. Рентабельність власного капіталу визначають за формулою [25]:

$$P_{вк} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} = \frac{\text{ряд. 2350 ф. 2}}{\text{ряд. 1495 ф. 1}} \quad (2.2)$$

Оцінюючи рентабельність продажів на основі показників прибутку і виручки від реалізації, розраховують коефіцієнти рентабельності всієї продукції в цілому або окремих її видів. Як і у випадку з рентабельністю

капіталу, існує багато показників оцінки рентабельності продажу, що зумовлено вибором того чи іншого виду прибутку. Найчастіше використовують валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності або чистий прибуток. Відповідно розраховують три показники рентабельності продажу [25].

Валова рентабельність реалізованої продукції (R_{vpr}) показує ефективність виробничої діяльності підприємства, а також ефективність політики ціноутворення й розраховується за формулою [25]:

$$R_{vpr} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд. 2090 ф. 2}}{\text{ряд. 2000 ф. 2}} \quad (2.3)$$

Щодо операційної рентабельності реалізованої продукції (R_{opr}) відмітимо, що цей коефіцієнт показує рівень рентабельності підприємства після відрахування витрат на виробництво і збут товарів. При його розгляді разом з показником валової рентабельності можна одержати інформацію про те, чим викликані зміни рентабельності. Якщо, наприклад, протягом кількох років валова рентабельність істотно не змінювалася, а показник операційної рентабельності поступово знижувався, то причина, скоріше за все, у збільшенні адміністративних і збутових витрат [25].

Розраховується даний показник за формулою [25]:

$$R_{opr} = \frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд. 2190 ф. 2}}{\text{ряд. 2000 ф. 2}} \quad (2.4)$$

Останнім показником є чиста рентабельність реалізованої продукції ($R_{чрп}$). Він свідчить про розмір прибутку на одну гривню реалізованої продукції. Незмінність протягом будь-якого періоду показника операційної рентабельності з одночасним зниженням чистої рентабельності може свідчити або про збільшення фінансових витрат і одержання збитків від участі в капіталі інших підприємств, або про підвищення суми податкових платежів, що

сплачуються. Цей коефіцієнт показує повний вплив структури капіталу і фінансування компанії на її рентабельність [25].

Для розрахунку даного показника слід використовувати формулу, наведену нижче [25]:

$$P_{чрп} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}} = \frac{\text{ряд. 2350 ф. 2}}{\text{ряд. 2000 ф. 2}} \quad (2.5)$$

Окрім цього відмітимо, що на практиці, виокремлюють ще одну групу показників рентабельності [25]:

1. Загальна рентабельність виробничих засобів ($P_{вз}$) [25]:

$$P_{вз} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Необоротні активи} + \text{Запаси}} = \frac{\text{ряд. 2090 ф. 2}}{\text{ряд. 1095 ф. 1} + \text{1100 ф. 1}} \quad (2.6)$$

2. Загальна рентабельність підприємства ($P_{п. заг}$):

$$\begin{aligned} P_{п. заг} &= \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість майна}} \\ &= \frac{\text{ряд. 2090 ф. 2}}{(\text{ряд. 1900 гр. 3} + \text{ряд. 1900 гр. 4}) \div 2} \end{aligned} \quad (2.7)$$

Далі дослідимо показники рентабельності на прикладі досліджуваного підприємства ПрАТ «Вентс» (табл. 2.8).

Із розрахунків видно, що рентабельність сукупного капіталу на ПрАТ «Вентс» у 2015 – 2017 роках була позитивною. Це дозволяє стверджувати, що продуктивність ресурсів підприємства у 2015 р., 2016 р. та в 2017 р. була на рівні 16%, 13% та 10% відповідно.

Більш оптимістичні значення показника рентабельності власного капіталу. Так, позитивну рентабельність власного капіталу було зафіксовано протягом трьох років. У 2015 р., 2016 р. та в 2017 р показники склали 34%, 28% та 22% відповідно. Це означає, що рентабельність інвестицій, первісно

спрямованих, а згодом і реінвестованих у підприємство його власниками була позитивною та на досить високому рівні.

Таблиця 2.8. Основні показники рентабельності компанії ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 років

№	Показник	Роки		
		2015	2016	2017
	Рентабельність інвестицій (капіталу)			
1.	Рентабельність сукупного капіталу	0,16	0,13	0,1
2.	Рентабельність власного капіталу	0,34	0,28	0,22
	Рентабельність продажів			
3.	Валова рентабельність реалізованої продукції	0,4	0,36	0,31
4.	Операційна рентабельність реалізованої продукції	0,11	0,1	0,08
5.	Чиста рентабельність реалізованої продукції	0,07	0,06	0,05
6.	Загальна рентабельність виробничих запасів	1,38	1,04	0,84
7.	Загальна рентабельність підприємства	0,67	0,58	0,45

Розраховано за даними фінансової звітності підприємства [24]

Аналіз рентабельності продажів показав, що динаміка показника валової рентабельності реалізованої продукції на ПрАТ «Вентс» - позитивна. У 2015 році показник складав 40%, 2016 р. – 36%, 2017 р. - 31%.

Окрім цього відмітимо, що в 2015 р., 2016 р. та 2017 р. одна гривня реалізованої підприємством продукції приносила 7, 6 , та 5 копійок прибутку.

Безумовно, позитивним тенденцією є ріст показників загальної рентабельності підприємства, у 2015р. він складав 67%, 2016 р. – 58%, 2017 р. – 45%. Досягнутий рівень рентабельності є на досить високому рівні для підприємства таких масштабів, хоча показник і має тенденцію до спаду. Спостерігаються також високі показники рентабельності запасів (2015 р. складає 138%, 2016 р. - 104%, 2017 р. - 84%).

Для рентабельного функціонування суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин найбільше значення має виявлення резервів збільшення об'єму продукції (див. табл. 2.9), зниження собівартості та ріст прибутку [14].

Чим нижча собівартість продукції, яка продається і визначається рівнем затрат на її виробництво і продаж, тим більший прибуток, і навпаки [6].

Таблиця 2.9. Обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ПрАТ «Вентс» за 2017 р.

№	Основний вид продукції	Обсяг виробництва			Обсяг реалізованої продукції		
		у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис.грн.)	у відсотках до всієї виробленої продукції	у натуральній формі (фізична од. вим.)	у грошовій формі (тис. грн.)	у відсотках до всієї реалізованої продукції
1	2	3	4	5	6	7	8
1	виробництво побутових вентиляторів та аксесуарів	3 345 016 шт.	336365	23	3 387 475 шт.	574091	26
2	виробництво промислових вентиляторів та аксесуарів	942 006 шт.	713377	49	2 184 583 шт.	1058420	48
3	виробництво пластикових виробів та інші побутового призначення	11 041 710 шт.	239260	16	9 942 589 шт.	300957	14
4	виробництво каналів промислового призначення	10 496 492 шт.	165488	12	10 626 708 шт.	260893	12

Складено на основі [24]

Аналізуючи рівень собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) ПрАТ «Вентс» (рис. 2.5), спостерігаємо збільшення затрат на собівартість протягом 2015 - 2017 років, що є негативним показником для компанії.

Здійснено аналіз поточних витрат ПрАТ «Вентс» протягом трьох попередніх років (табл. 2.10)

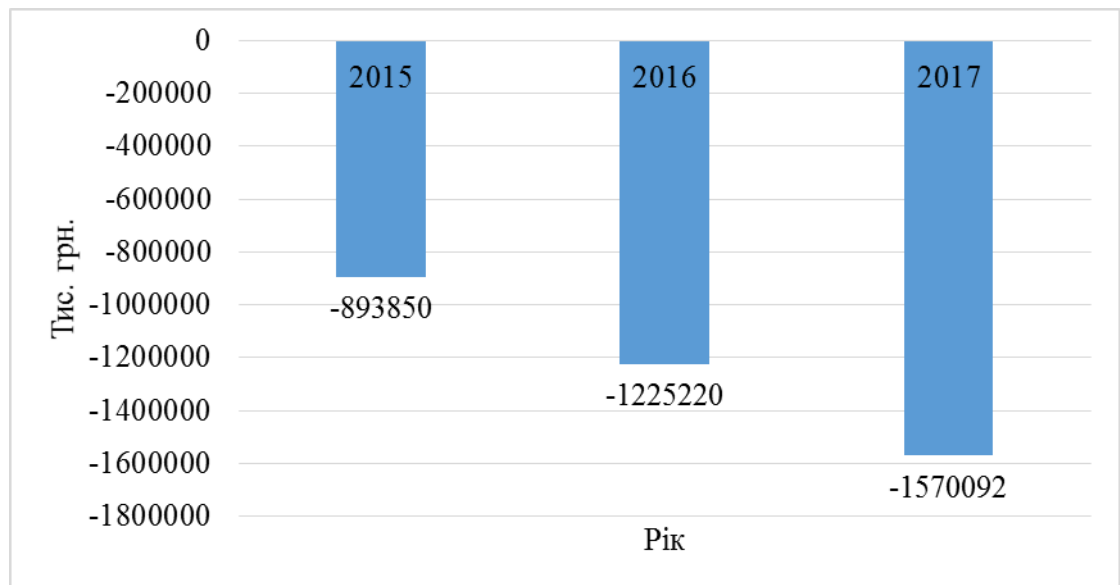


Рис. 2.5. Аналіз собівартості продукції ПрАТ «Вентс»

Складено на основі [24]

Таблиця 2.10. Структура витрат ПрАТ «Вентс»

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017
Матеріальні затрати	2500	761685	962663	1211834
Витрати на оплату праці	2505	148131	230516	317136
Відрахування на соціальні заходи	2510	45354	44737	65365
Амортизація	2515	19110	34581	55348
Інші операційні витрати	2520	833991	622224	650554
Разом	2550	1808271	1894721	2300237

Складено за даними: [24]

Для більш детального аналізу показників, проаналізуємо динаміку їх змін (табл. 2.11).

З таблиці 2.11 видно, що всі показники мають тенденцію до зростання, крім показників інші операційні витрати та відрахувань на соціальні заходи (2015 -2016 р.). Обсяг витрат на оплату праці займає третє місце серед даних показників.

З рис. 2.6 видно, що найбільшу частину від структури витрат становлять матеріальні витрати (53%), друге місце посідають інші операційні витрати

(28%), третє – витрати на оплату праці (14%), четверте – відрахування на соціальні заходи (3%), і на п'ятому – амортизація (2%).

Таблиця 2.11. Динаміка структури витрат ПрАТ «Вентс» за 2015 – 2017 роки

№	Показник	Відхилення +/-			
		2015 - 2016		2016-2017	
		Тис. грн	%	Тис .грн	%
1	Матеріальні затрати	200978	26,4%	249171	25,9%
2	Витрати на оплату праці	82385	55,6%	86620	37,6%
3	Відрахування на соціальні заходи	-617	-1,4%	20628	46,1%
4	Амортизація	15471	81,0%	20767	60,1%
5	Інші операційні витрати	-211767	-25,4%	28330	4,6%
6	Разом	86450	4,8%	405516	21,4%

Розраховано за даними фінансової звітності підприємства [24]

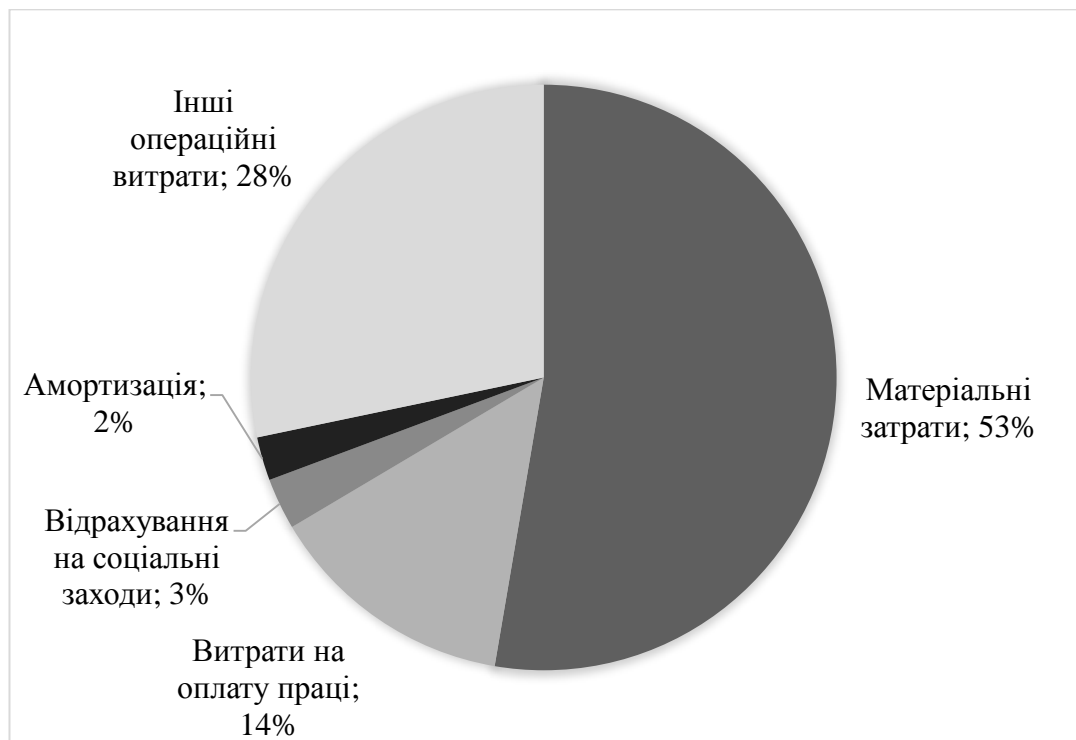


Рис. 2.6. Відсоткова структура витрат ПрАТ «Вентс»

Складено на основі [24]

Висновки до розділу 2

Для дослідження теми дипломної роботи, а саме «Забезпечення прибутковості підприємства» було обрано підприємство ПрАТ «Вентиляційні системи».

1) Другий розділ дипломної роботи допоможе зрозуміти загальну характеристику підприємства, проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, а також оцінити показники прибутковості підприємства.

Підприємство ПрАТ «Вентиляційні системи», засновано в 1990 році. ВЕНТС – потужне науково-виробниче підприємство, яке володіє найбільшою сучасною виробничою базою в Європі і самостійно виробляє повний спектр обладнання для систем вентиляції та кондиціонування будь-якого ступеня складності під торговими марками VENTS, Домовент, Пластивент, Алювент, X-VENT, AirVENTS.

На підприємстві ВЕНТС існує матрична організаційна структура (слабка), так як висока кількість окремих проектів та інноваційних розробок накладається на сталу функціональну структуру.

2) Вентиляційна галузь в Україні та закордоном достатньо швидко розвиваються у зв'язку з появою новітніх технологій, потребою їх інтеграції з вентиляційними системами та глобальним занепокоєнням екологічною кризою.

На даному ринку вентиляційних систем переважає слабка конкуренція – більшість компаній вкладає інвестиції у виробництво і отримує власний прибуток, тому що малим виробникам даної продукції не вигідно конкурувати з гігантами галузі, а великі підприємства, навпаки, більшу увагу зосереджують уже на зовнішньому ринку, тому не «знищують» своїх міні конкурентів. Компанія ВЕНТС є однією з лідерів на ринку вентиляційних систем в Україні, а також експортує частину своєї продукції за кордон.

В підпункті 2.2 даної роботи було проведено SWOT- аналіз ПрАТ «Вентиляційні системи». Згідно з даним аналізом компанія ВЕНТС володіє значним потенціалом можливостей. Найсильнішими сторонами підприємства є диверсифікований асортимент, висока репутація на ринку та низькі витрати на виробництво при експортуванні продукції.

3) Була здійснена оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку. Були визначені показники прибутку, рентабельності, собівартості, витрат та обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ПрАТ «Вентс». Також було досліджено динаміку більшості показників протягом 2015 - 2017 років.

Підсумовуючи аналіз вищезазначених показників, можна стверджувати, що майже всі показники є позитивними – це характеризує надійність компанії. Проте протягом трьох визначених років дані показники мають тенденцію до зниження.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПрАТ «ВЕНТС»

3.1. Визначення стратегічних альтернатив

Питання отримання прибутку та підвищення ефективності діяльності підприємства в економіці України є досить актуальним, адже прибуток є потужним важелем розвитку, тому головним завданням адміністративного апарату кожного підприємства є розробка ефективної стратегії управління прибутком та збільшення прибутковості підприємства [26].

Кожне підприємство, що функціонує в умовах ринку, незалежно від форми власності та розмірів ставить собі за мету отримання позитивного фінансового результату. Таким фінансовим результатом господарської діяльності підприємства виступає його прибутковість [26].

Для успішного розвитку будь-якого підприємства та забезпечення ефективності його діяльності необхідно постійно працювати над пошуком шляхів підвищення прибутковості підприємства. Дуже важливим моментом у діяльності підприємства є виявлення та кількісне вимірювання впливу факторів на показники прибутковості підприємства, пошук резервів зростання рентабельності роботи підприємства та обґрунтування і розробка заходів щодо використання виявлених резервів [30].

Максимізація прибутку та прибутковості підприємства може бути досягнута за певних умов. Більше детальний аналіз умов максимізації прибутку та прибутковості підприємства наведений у табл. 3.1.

Під час проходження переддипломної практики на підприємстві ПрАТ «Вентиляційні системи», я зібрав та опрацював статистичні дані щодо кількості персоналу компанії.

Таблиця 3.1. Умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства

Напрямок	Сутність	Вимоги до реалізації
1	2	3
<i>I. Кількісні умови</i>		
Збільшення обсягів випуску та реалізації продукції	Зростання об'ємів реалізації приведе до більшого зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що припадають на одиницю продукції.	Збільшення обсягів виробництва та реалізації за рахунок кращого використання трудових ресурсів, основних фондів, сировини та матеріалів.
Зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції	Зі зниженням витрат на виробництво та реалізацію продукції зростає сума прибутку. Максимальна мобілізація резервів собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства.	Зниження собівартості за рахунок більш ефективного використання ресурсів, підвищення технічного рівня виробництва та вдосконалення організації виробництва та праці.
Впровадження економічно обґрунтованих норм	Економічно і технічно обґрунтовані норми й нормативи та їх своєчасний перегляд призводять до зниження витрат виробництва.	Розробка норм та нормативів запасів сировини, матеріалів готової продукції та інших оборотних коштів.
Цінова політика підприємства	Необхідно застосовувати правильну цінову політику, тому що іноді збільшення ціни призводить до певного скорочення обсягу продажу, але постійне проведення політики низьких цін може закінчитися для підприємства негативною ситуацією.	Розробка стратегії ціноутворення, встановлення цін відповідно до ринкових цін, застосування акцій, оптових знижок, знижок постійним покупцям тощо.
<i>II. Якісні умови</i>		
Впровадження досягнень науковотехнічного прогресу	Впровадження у виробництво удосконаленої техніки та нових технологій дозволить скоротити витрати у розрахунку на одиницю продукції за рахунок збільшення обсягів виробництва та економії на оплаті праці.	Створення автоматизованих систем управління, використання методів вдосконалення та модернізації техніки та технологій.
Підвищення якості продукції	Підвищення якості продукції дозволить значно скоротити витрати на виправлення браку та втрати від бракованих виробів, що не підлягають ремонту.	Контроль за якістю продукції, мотивація та надання додаткових стимулів персоналу для скорочення кількості бракованої продукції.
Підвищення продуктивності праці	Зі зростанням продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції а отже, зменшується і питома вага заробітної плати у структурі собівартості.	Активна мотивація персоналу та надання різноманітних стимулів для більш ефективної праці.

Продовження таблиці 3.1

Маркетингова кампанія	Ефективна організація маркетингу дозволяє значно збільшити обсяги реалізації продукції, що впливає на прибутковість підприємства.	Розробка ефективної маркетингової стратегії, що направлена на пошук «свого» споживача продукту та «свого» сегменту ринку
-----------------------	---	--

Складено на основі [26, 27, 30]

Оцінка якісної структури персоналу підприємства здійснюється за даними статистичної звітності. Динаміка структури персоналу представлена на рис. 3.1.

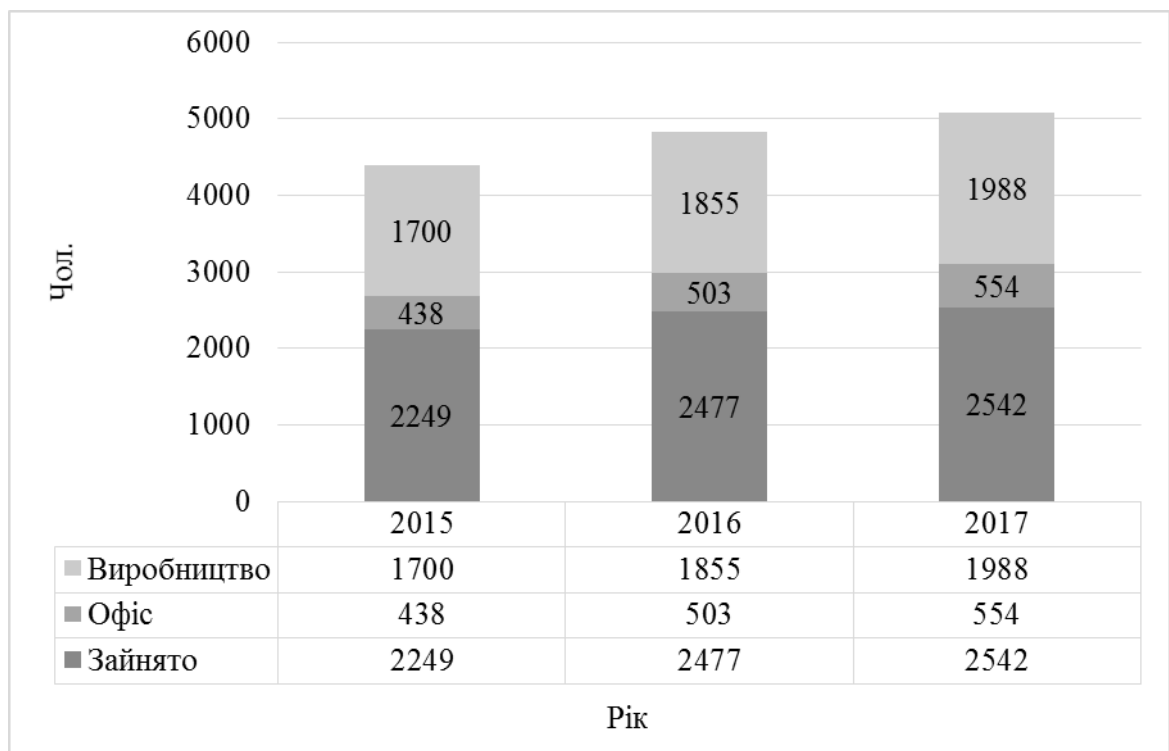


Рис. 3.1. Динаміка структури персоналу підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи»

Складено за даними: [24]

Як видно з рис. 3.1, кількість персоналу щорічно збільшується. Це стосується як виробничого, так і офісного персоналу. Така тенденція до збільшення чисельності персоналу пов'язана з тим, що підприємство розширюється. Дана динаміка є позитивною, тому що це свідчить про те, що компанія швидко закриває вакансії на нові робочі місця. Відбувається будівництво нових цехів, що в свою чергу призводить до появи нових робочих місць та збільшення асортименту продукції компанії. Таким чином здійснення

повного циклу виробництва продукції на підприємстві дає можливість економії, адже не потрібно витрачати кошти на транспортування продукції а також закупівлю певних комплектуючих деталей для товарів в інших компаній за завищеною ціною, що в свою чергу збільшує прибутковість компанії.

Перший розділ даної роботи допоміг зрозуміти, що ж таке прибутковість, яку роль вона відіграє для компаній. А з другого розділу бачимо, що для ПрАТ «Вентиляційні системи» показники прибутковості є позитивними, але мають тенденцію до зниження, що є негативним фактором для компанії.

Отже підвищення прибутковості є актуальною темою для підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи». Тому мною буде запропонований проект, що допоможе забезпечити збільшення прибутковості підприємства або, принаймні, стабілізацію її на певному рівні протягом певного періоду часу.

В даному розділі представлено проект розробки, виробництва та реалізації інноваційної продукції для компанії ПрАТ «Вентиляційні системи» - новий інноваційний безшумний витяжний вентилятор ВЕНТС Стайл Еко.

Дана продукція буде збуватися на ринку України, адже товару зі схожими характеристиками та властивостями досить мало. Схожі товари представлені на нашому ринку переважно європейськими компаніями, тому у компанії ПрАТ «Вентиляційні системи» буде конкурентна перевага, адже загальна собівартість продукції становитиме набагато менше. При цьому, частина продукції буде призначена на експорт в країни Європи, Азії та Америки (в основному це США, Польща, Німеччина, Словаччина).

Дизайн витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко LED представлений на рис. 3.2.

Так як у сучасному світі загалом існує тенденція до використання енергозберігаючої продукції у будь-яких галузях, то даний проект є надзвичайно актуальним.

Чим особливий продукт, що ми плануємо запускати у виробництво? По-перше, це низька порівняно із іноземними виробниками собівартість. По-друге, витяжний вентилятор ВЕНТС Стайл Еко – рекордсмен у плані потужності, енергоефективності та наявності інтелектуальних опцій. По-третє, реалізація даної продукції на закордонних ринках є гарантом використання експортного потенціалу Вентс, а також отримання додаткового прибутку за рахунок падіння національної валюти. Тому експорт є вигідним для нашого виробника.

Інноваційний енергоефективний безшумний витяжний вентилятор ВЕНТС Стайл Еко, що відноситься до осьових енергоощадних вентиляторів, обладнаний DC-двигуном, автоматичною заслінкою та Wi-Fi-модулем. Для монтажу у вентиляційні шахти або з'єднання з повітропроводами Ø100 мм. Максимальна витрата повітря - 101 м³/год.

Загальна характеристика витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко представлена у табл. 3.2.

ЗАСТОСУВАННЯ:

✓ Інноваційний витяжний вентилятор у стильному дизайні з новим рівнем комфорту для санвузлів, душових, кухонь та інших побутових приміщень.

✓ Максимальна витрата повітря в поєднанні з низьким рівнем шуму гарантує ідеальний мікроклімат та комфорт.

✓ Для монтажу у вентиляційні шахти або з'єднання з повітропроводами Ø100 мм.

Конструкція має наступну характеристику:

- Корпус та крильчатка виготовлені з високоякісного та міцного пластику, стійкого до ультрафіолету.

- Спеціальна аеродинамічна форма крильчатки змішаного типу забезпечує велику витрату повітря та низький рівень шуму.



Рис. 3.2. ВЕНТС Стайл Еко LED

Джерело: [18]

Таблиця 3.2. Загальна характеристика товару

Параметр	max	min	Одиниця виміру
Діаметр повітропроводу	100	100	мм
Конструкція	осьовий	осьовий	-
Напруга	100-240	100-240	В
Частота струму	50/60	50/60	Гц
Споживана потужність	5	3	Вт
Максимальна витрата повітря	28	19	л/с
Продуктивність	101	70	м³/год
SFP	0.18	0.15	Вт/л/с
Струм	0.196	0.126	А
Частота обертання	2650	1850	хв ⁻¹
Частота обертання	2650	1850	хв ⁻¹
Рівень звукового тиску на відстані 3 м	27	22	дБ(А)
Вага	0.55	0.55	кг
Захист	IP 44	IP 44	-
Розмір патрубка	100	100	мм
Тип	витяжний	витяжний	-
Монтаж	настінний	настінний	-

Джерело: [18]

- Вентилятор обладнаний термоактуатором, який забезпечує плавне відкривання та закривання лицьової панелі, яка запобігає зворотній тязі.
- Вихідний патрубок вентилятора оснащений спеціальними випрямлячами потоку повітря, які знижують турбулентність, збільшують напір повітря і сприяють зниженню рівня шуму.
- Високий рівень захисту від води робить вентилятор ідеальним рішенням для вентиляції ванної кімнати.
- Електронні компоненти вентилятора закриваються спеціальними герметичними кришками.
- Наявність модуля Wi-Fi дозволяє керувати вентилятором дистанційно за допомогою додатку, адаптованого під операційні системи iOS або Android.

Двигун має наступну характеристику:

- Високоєфективний DC-двигун на кулькопідшипниках з мінімальним енергоспоживанням до 5 Вт.
- Підшипники не потребують технічного обслуговування і містять достатню кількість мастила для всього строку служби двигуна (понад 40 000 годин безперервної роботи).
- Двигун обладнаний захистом від перегрівання.

Модифікації та опції запропонованого витяжного вентилятора:

✓ ВЕНТС СТАЙЛ ЕКО – обладнаний регульованим таймером затримки увімкнення (0, 2 або 5 хвилин) та вимкнення (5, 15, 30 або 60 хвилин), датчиком вологості (поріг спрацьовування – 40-80 %), енергоефективним DC-двигуном, індикатором часу (електронний годинник) на лицьовій панелі та вбудованим Wi-Fi-модулем для керування вентилятором.

✓ ВЕНТС СТАЙЛ ЕКО LED – обладнаний регульованим таймером затримки увімкнення (0, 2 або 5 хвилин) та вимкнення (5, 15, 30 або 60 хвилин), датчиком вологості (поріг спрацьовування – 40-80 %), енергоефективним DC-двигуном, індикатором часу (електронний годинник) на лицьовій панелі,

вбудованим Wi-Fi-модулем для керування вентилятором та різнокольоровим LED-підсвічуванням.



Рис. 3.3 Особливості конструкції

Джерело: [18]

Детальний розгляд конструкції витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко LED представлений на рис. 3.3.

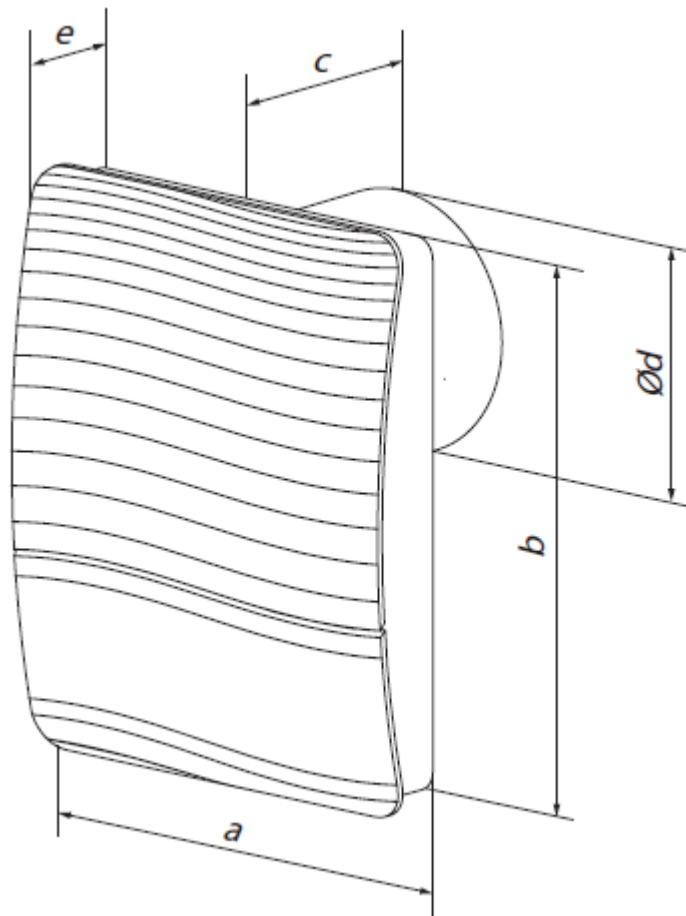
Габаритні розміри вентилятора ВЕНТС Стайл Еко LED зазначені у табл. 3.3 та графічно зображені на рис. 3.4.

Таблиця 3.3. Габаритні розміри

Модель	Габаритні розміри, мм				
	a	b	c	d	e
ВЕНТС 100 Стайл ЕКО	175	221	77	99	39

Джерело: [18]

Рис. 3.4. Габаритні розміри



Джерело: [18]

3.2. Економічне обґрунтування доцільності реалізації запропонованих заходів

Для реалізації проекту необхідно правильно розпланувати всі витрати. Почнемо з розробки плану продажів продукції у натуральних показниках (табл. 3.4) , а потім з розробки безпосередньо виробничої програми, з урахуванням вартісних і натуральних показників і запасів готової продукції (табл. 3.5).

Здійснення повного циклу виробництва витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко буде реалізовуватися на базі підприємства, адже компанія має все необхідне обладнання та устаткування.

Таблиця 3.4. План продажів ПрАТ «Вентс»

Назва продукції	1 рік (квартально)				2 рік	3 рік
	1	2	3	4		
Очікуваний об'єм продажів, шт.	500	1000	1000	1500	6000	8000
Ціна продажів, грн.	2200	2200	2200	2200	2400	2700
Виручка від продажів, тис. грн.	1100	2200	2200	3300	14400	21600

Складено автором

В табл. 3.4 розписано заплановану програму виробництва продукції.

Таблиця 3.5. Програма виробництва товару ПрАТ «Вентс»

Показник	1 рік (поквартально)				2 рік	3 рік
	1	2	3	4		
Запланований об'єм продажів, шт.	500	1000	1000	1500	6000	8000
Запланований запас на кінець періоду, шт.	100	100	200	300	500	500
Запас на початок періоду, шт.	0	100	100	200	300	500
Кількість до виробництва, шт.	500	1000	1100	1700	6200	8000

Складено автором

Для розрахунку собівартості виробництва витяжних вентиляторів ВЕНТС Стайл Еко, спочатку потрібно визначити витрати на оплату праці основних виробничих робітників (табл. 3.6).

Таблиця 3.6. Заробітна плата основних виробничих робітників

Рік	Витрати роб. часу на 1 тов., год.	Оплата праці за роб. год., грн.	Витрати на 1 товар, грн	Річний випуск, шт.	Річні витрати на оплату праці, тис. грн.
1	5	50	250	4300	1075
2	5	60	300	6200	1860
3	5	70	350	8000	2800

Складено автором

Виходячи з раніше проведених розрахунків, необхідно визначити витрати на виробництво і реалізацію продукції, а також встановити ціну на продукцію (табл. 3.7).

**Таблиця 3.7. Розрахунок собівартості і ціни товару ПрАТ
«Вентс»**

Найменування статей витрати і елементів ціни	Роки					
	1		2		3	
	Витрати у розрахунку на		Витрати у розрахунку на		Витрати у розрахунку на	
	одиницю прод., грн.	на програму, тис. грн.	одиницю прод., грн.	на програму, тис. грн.	одиницю прод., грн.	на програму, тис. грн.
1	2	3	4	5	6	7
1. Матеріальні витрати, всього:	800	3200	800	4800	800	6400
1.1. Сировина і основні матеріали	200	800	200	1200	200	1600
1.2. Допоміжні матеріали	80	320	80	480	80	640
1.3. Покупні та комплектуючі вироби	120	480	120	720	120	960
1.4. Електронна система виробу	160	640	160	960	160	1280
1.5. Енергія для технологічних цілей	120	480	120	720	120	960
1.6. Транспортно - заготівельні витрати	40	160	40	240	40	320
1.7. Зворотні відходи (віднімаються)	80	320	80	480	80	640
2. Заробітна плата основних виробничих робітників, всього:	250	1075	300	1860	350	2800
3. Нарахування на зарплату (38%)	95	408,5	114	706,8	133	1064
<i>Разом змінні витрати</i>	1145	4683,5	1214	7366,8	1283	10264
4. Загальновиробничі витрати (15%).		702,53		1105		1539,6
5. Загальногосподарські витрати (10%)		468,35		736,68		1026,4
6. Інші виробничі витрати		562		884		1231,7
7. Комерційні витрати		374,7		589,3		821,1
<i>Разом постійні витрати</i>		2107,6		3315		4618
8. Разом повна собівартість	1697,8	6791	1780,3	10681,8	1860,3	14882

Складено автором

В табл. 3.7 наведений стандартний метод розрахунку повної собівартості виробленої продукції на підприємстві ПрАТ «Вентиляційні системи».

Таблиця 3.8. План доходів і витрат ПрАТ «Вентс»

Показники	1 рік	2 рік	3 рік
1. Виручка від реалізації, тис. грн.	8800	14400	21600
2. ПДВ, тис. грн.	1760	2880	4320
3. Собівартість, тис. грн.	6791	10681,8	14882
4. Прибуток від реалізації, тис. грн.	249	838,2	2398
5. Податок на прибуток, тис. грн.	44,82	150,9	431,6
6. Чистий прибуток, грн	204,2	687,3	1966,4

Складено автором

З даних зазначених у табл. 3.8 стає зрозуміло, що даний проект є успішний для підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи», адже починаю з першого року він приносить чистий прибуток у розмірі 204,2 тис. грн.

Порівнюючи показники доходів і витрат проекту (див. рис. 3.4), що показники виручки від реалізації продукції щороку зростають та мають більшу тенденцію зростання в порівнянні з собівартістю. Це також впливає і на показники чистого прибутку, найбільше значення якого припадає на третій рік та складає 1966,4 тис. грн.

Основні переваги які отримає компанія ПрАТ «Вентиляційні системи» від впровадження даного проекту це:

- 1) Збільшення об'ємів виробництва за рахунок нового товару.
- 2) Розширення асортименту товарів.
- 3) Збільшення конкурентоспроможності як на ринку України, так і на світовому ринку.
- 4) Збільшення показників прибутковості, що дозволить розвиватися компанії в майбутньому.
- 5) Стабілізація показників рентабельності, що дозволить подолати сучасну тенденцію до їх зниження протягом 2015 – 2017 років.

- 6) Зміцнення позицій компанії, як однієї з основних лідерів на ринку України.
- 7) Збільшення впізнаваності бренду закордоном.

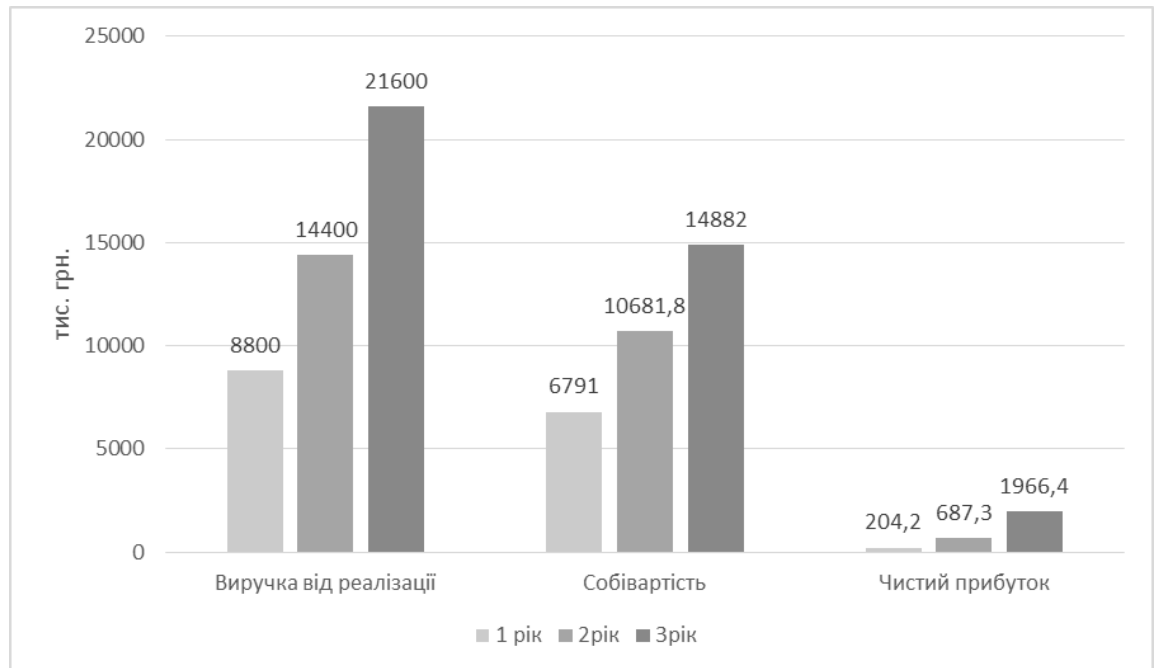


Рис. 3.4. Порівняння доходів і витрат проекту

Складено автором

Висновки до розділу 3

З другого розділу ми дізналися, що показники прибутковості є позитивними, але мають тенденцію до зниження, що є негативним фактором для компанії. Отже підвищення прибутковості є актуальною темою для підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи». Тому мною буде запропонований проект, що допоможе забезпечити збільшення прибутковості підприємства або, принаймні, стабілізацію її на певному рівні.

У поданому розділі представлено проект розробки, виробництва та реалізації інноваційної продукції для компанії ПрАТ «Вентиляційні системи» - новий інноваційний безшумний витяжний вентилятор ВЕНТС Стайл Еко.

1. В роботі були визначені умови максимізації прибутку та прибутковості підприємства, описана їх сутність та вимоги щодо реалізації. Була складена динаміка структури персоналу підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи». Були визначені ринки збуту інноваційної продукції, а також основні країни для експорту.

Була представлена загальна характеристика витяжного вентилятора ВЕНТС Стайл Еко. Визначено застосування даного товару. Описано модифікації та опції вентилятора, наведено особливості конструкції. Також були представлені габаритні розміри.

2. Для підтвердження ефективності запропонованих заходів, було проведено відповідні розрахунки. Було сформовано план продажів, програму виробництва товару ПрАТ «Вентс». Розрахована заробітна плата основних виробничих робітників. Визначені витрати на виробництво і реалізацію продукції, отримана собівартість продукції, як одного товару, так і щорічного плану виробництва. В підсумку сформовано план доходів і витрат, з якого стає зрозуміло, що даний проект є успішний для підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи», адже починаю з першого року він приносить чистий прибуток у розмірі 204,2 тис. грн.

ВИСНОВКИ

Дипломна робота на здобуття ступеня «бакалавр» присвячена досить цікавій темі, а саме: «Забезпечення прибутковості підприємства».

Будь-яка підприємницька діяльність не може бути перспективною, якщо її фінансовий результат не є додатнім та не характеризується позитивною динамікою зростання. Виходячи із цього, увага кожного керівника все більше зосереджена на обсягах отриманого прибутку та показниках прибутковості підприємства. Тому дана тема є актуальною, адже саме отриманий прибуток дозволяє розвиватися компанії в майбутньому.

1. В першому розділі дипломної роботи було визначено сутність прибутковості та розкрито методичні аспекти оцінки та аналізу прибутковості підприємства. Отже, ще раз звернемося до визначення, прибутковість – це показник, який характеризує ефективність діяльності підприємства з точки зору здатності його приносити прибуток та забезпечувати ефективне відтворення використаних ресурсів.

2. В розділі розкрито, що прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Абсолютним вимірником прибутковості підприємства є прибуток, його наявність свідчить про ефективність діяльності, але лише за значенням прибутку неможливо визначити її рівень. Для цього потрібно співставити показник прибутку з показником витрат ресурсів і за відносним значенням визначити рівень прибутковості підприємства. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів, а рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і рівень використання капіталу в процесі виробництва. Показники рентабельності всієї проданої продукції та окремих її видів дають уявлення про окупність (прибутковість) затрат на виробництво і продаж

відповідних видів або всієї продукції, тобто про те, скільки прибутку отримує підприємство на одну гривню затрат, укладених для отримання прибутку.

3. Варто відзначити, що для підвищення рівня прибутковості підприємства можуть упроваджувати такі заходи:

- організаційні (вдосконалення виробничої структури й організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляються);
- економічні важелі та стимули (вдосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо).

4. Другий розділ дипломної роботи допоможе зрозуміти загальну характеристику підприємства, проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, а також оцінити показники прибутковості підприємства.

Досліджено, що на підприємстві ВЕНТС існує матрична організаційна структура (слабка), так як висока кількість окремих проектів та інноваційних розробок накладається на сталу функціональну структуру.

5. Визначено, що на ринку вентиляційних систем переважає слабка конкуренція – більшість компаній вкладає інвестиції у виробництво і отримує власний прибуток, тому що малим виробникам даної продукції не вигідно конкурувати з гігантами галузі, а великі підприємства, навпаки, більшу увагу зосереджують уже на зовнішньому ринку, тому не «знищують» своїх міні конкурентів. Компанія ВЕНТС є однією з лідерів на ринку вентиляційних систем в Україні, а також експортує частину своєї продукції за кордон.

В підпункті 2.2 даної роботи було проведено SWOT - аналіз ПрАТ «Вентиляційні системи». Згідно з даним аналізом компанія ВЕНТС володіє значним потенціалом можливостей. Найсильнішими сторонами підприємства

є диверсифікований асортимент, висока репутація на ринку та низькі витрати на виробництво при експортуванні продукції.

6. Була здійснена оцінка прибутковості підприємства та чинників його розвитку. Були визначені показники прибутку, рентабельності, собівартості, витрат та обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції ПрАТ «Вентс». Також було досліджено динаміку більшості показників протягом 2015 - 2017 років.

Підсумовуючи аналіз показників прибутковості, можна стверджувати, що всі показники є позитивними – це характеризує надійність компанії. Проте протягом трьох визначених років дані показники мають тенденцію до зниження.

7. У третьому розділі представлено проект розробки, виробництва та реалізації інноваційної продукції для компанії ПрАТ «Вентиляційні системи» - новий інноваційний безшумний витяжний вентилятор ВЕНТС Стайл Еко, представлена його загальна характеристика. Визначено застосування даного товару. Описано модифікації та опції вентилятора, наведено особливості конструкції. Також були представлені габаритні розміри.

8. Для підтвердження ефективності запропонованих заходів, було проведено відповідні розрахунки. Було сформовано план продажів, програму виробництва товару ПрАТ «Вентс». Розрахована заробітна плата основних виробничих робітників. Визначені витрати на виробництво і реалізацію продукції, отримана собівартість продукції, як одного товару, так і щорічного плану виробництва. В підсумку сформовано план доходів і витрат, з якого стає зрозуміло, що даний проект є успішний для підприємства ПрАТ «Вентиляційні системи», адже починаю з першого року він приносить чистий прибуток у розмірі 204,2 тис. грн. Кожного наступного року розмір чистого прибутку також зростає, це означає що проект є успішний і він допоможе забезпечити збільшення прибутковості підприємства або, принаймні, стабілізацію її на певному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єпіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / Єпіфанова І.Ю., Гуменюк В.С. // Випуск №3. – 2016. – URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/33.pdf
2. Орехова А.І. Економічна сутність категорії прибуток / А.І. Орехова // Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». - №7, 2013. – с. 313- 316.
3. Дослідження особливостей формування прибутку організації в сучасних умовах господарювання / В. Я. Гавран, Х. Т. Середницька, 2016. - № 847. - С. 55-60. - URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/2744/visnyk2016-55-60.pdf>
4. Дослідження факторів впливу на прибутковість підприємства та пошук резервів збільшення прибутку / А. В. Гречко, О. М. Мельнікова // Ефективна економіка. – 2017. – № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5862>
5. Теоретико-методологічні аспекти стратегії забезпечення прибутковості підприємства / Н.В. Зятюк // Культура народів Причорномор'я. — 2009. — № 154. — С. 27-31. — Бібліогр.: 11 назв. — укр. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/34919/06-Zjatjyk.pdf?sequence=1>
6. Гаватюк, Л. С. Шляхи підвищення рівня прибутковості вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання / Л. С. Гаватюк, Н. М. Перегіняк // Економіка та суспільство – 2017 -№ 9.- С. 363-367. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/62.pdf
7. Духновська Л. М. Прибутковість підприємства: сутність та ефективність управління / Духновська Л. М., Павлов В. С. // Науковий вісник

2018. - № 17. - С. 100-103. – URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/24.pdf.

8. Антонюк Р.Р. Прибутковість сільськогосподарських підприємств: природа категорії / Р.Р. Антонюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства – 2012. – № 126. – С. 50–55.

9. Осипова Т.В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання / Т.В. Осипова // Управління розвитком. 2012. – № 1. – С. 82–84.

10. Мелень О.В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення / О.В. Мелень, Ю.Ю. Холондач // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – 2015. – № 25. – С. 123–126.

11. Інна Панченко. Методичні підходи до аналізу операцій з формування та розподілу прибутку підприємства: критичний аналіз / Інна Панченко // Економічний аналіз «Збірник наукових праць» – 2012. - №10. - С.279-284 – URL: https://econa.at.ua/Vypusk_10/ea10-4.pub.pdf

12. Подольська, В. О. Фінансовий аналіз: навч. пос. / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с

13. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посіб. / Г. В. Савицька. – К. : Знання 2004. – 654 с.

14. Дыбаль, С. В. Финансовый анализ: теория и практика: учеб. пособие / С. В. Дыбаль – СПб. : Издательский дом «Бизнес - пресса», 2005. – 304 с.

15. Мних, Є. В. Економічний аналіз: підручник / Є. В. Мних. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.

16. Мошенський, С. З. Економічний аналіз: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / За ред. д. е. н., проф., Заслуженого діяча науки і техніки України Ф. Ф. Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.

17. Офіційний веб-сайт Vents URL: <https://vents.ua/>
18. Офіційний блог компанії Вентс. URL: <https://ukrblog.vents.ua/>
19. ПрАТ «Вентиляційні системи». Аналітична онлайн-система YouControl: веб-сайт. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8430617&tb=file>
20. С. Л. Демиденко. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. Ефективна економіка / С. Л. Демиденко. – 2015 - №9 – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2015/21.pdf.
21. Рижкова Г.А. Систематизація факторів внутрішнього і зовнішнього середовища торговельного підприємництва для подальшого аналізу / Г.А. Рижкова // Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. – 2011. – №1(4). – С. 339-345. URL: <http://duan.edu.ua/uploads/bjulleten2011/13166.pdf>
22. Перфілова О. Є. Проблеми та особливості впровадження SWOT-аналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств / О. Є. Перфілова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 624 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 77–84. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1954/1/13.pdf>
23. Zion Market Research. Market Size of Global Smart Home Industry [Електронний ресурс] / Zion Market Research // GlobeNewswire. – 2018. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2018/08/03/1547019/0/en/Market-Size-of-Global-Smart-Home-Industry-Predicted-to-Reach-USD-53-45-Billion-by-2022.html>
24. Фінансова звітність ПрАТ «Вентиляційні системи». Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/30637114>

25. Фаріон В.Я. Аналітична оцінка ділової активності та рентабельності підприємств / Фаріон В.Я. // Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал – 2013. – № 10. – С. 27-33.

26. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / А. С. Партола // Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. - 2017. – С. 679 – 684. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/16483>

27. К.Г. Міщенко,. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / К.Г. Міщенко,, С.В. Бреус // Економіка інноваційної діяльності підприємств, "Економіка підприємства" – URL:https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/7706/1/NRMSE2017_V3_P021-022.pdf

28. Берницька Д.І. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства методом PEST/ STEP аналізу. / Д.І. Берницька// Економічний аналіз : зб. наук. праць каф. екон. аналізу Терноп. нац. екон. ун-ту. – Тернопіль, 2012. – Вип. 11, ч. 2. – С. 41-45.

29. Черничко, Т. В. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств України / Т. В. Черничко, Є. І. Кізман // Економіка та суспільство : електронний науковий фаховий журнал. - Мукачево, 2016. - №5. - С.400-404. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/71.pdf

30. Партола А. С. Шляхи підвищення прибутковості підприємства / А. С. Партола // Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти. - 2017. – С. 679 – 684. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/16483>

Річна фінансова звітність за 2015 – 2017 роки

Таблиця А1. Баланс (Звіт про фінансовий стан) за 2015 – 2017 роки

Актив	Код рядка	2015	2016	2017
1	2	4	5	6
Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1835	4428	4573
первісна вартість	1001	3313	6892	8327
накопичена амортизація	1002	1478	2464	3754
Незавершені капітальні інвестиції	1005	14303	18494	36794
Основні засоби:	1010	106691	212748	263605
первісна вартість	1011	216221	355661	458814
знос	1012	109530	142913	195209
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	6071	6071	6071
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом І	1095	128900	241741	311043
Оборотні активи				
Запаси	1100	286956	426255	523218
Виробничі запаси	1101	202491	303067	359731
Незавершене виробництво	1102	24267	43925	59523
Готова продукція	1103	49416	65559	91445
Товари	1104	10782	13704	12519
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	367765	443181	543859
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	78055	79707	103269

Продовження таблиці А1

з бюджетом	1135	26247	23752	26033
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	45716	38715	41721
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	86869	91161	160870
Готівка	1166	98	98	109
Рахунки в банках	1167	86771	91063	160761
Витрати майбутніх періодів	1170	314	278	437
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	678	1280	2831
Усього за розділом II	1195	892600	1104329	1402238
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	1021500	1346070	1713281

Складено за даними: [24]

Таблиця А2. Пасиви

Пасив	Код рядка	2015	2016	2017
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	556	556	556
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	139	139	6196
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	317478	437937	551678
Неоплачений капітал	1425	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	318173	438632	558430
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0

Продовження таблиці А2

Довгострокові кредити банків	1510	52801	45681	58522
Інші довгострокові зобов'язання	1515	92301	189545	207584
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	145102	235226	266106
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	45601	106044	126166
за товари, роботи, послуги	1615	202089	380140	578701
за розрахунками з бюджетом	1620	9082	5314	11575
за у тому числі з податку на прибуток	1621	8916	2635	8087
за розрахунками зі страхування	1625	3844	2563	3120
за розрахунками з оплати праці	1630	8261	9943	14807
за одержаними авансами	1635	15625	20993	29115
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	23540	126654	91355
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	250183	20561	33906
Усього за розділом III	1695	558225	672212	888745
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	1021500	1346070	1713281

Складено за даними: [24]

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2015 – 2017
роки

Таблиця Б1. **ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1467332	1919474	2272834
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	0
Премії, передані у перестраховування	2012	0	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	-893850	-1225220	-1570092
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	573482	694254	702742
Валовий: збиток	2095	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	525631	171234	226323
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0	0
Адміністративні витрати	2130	-97464	-142949	-164644
Витрати на збут	2150	-250536	-335352	-390259
Інші операційні витрати	2180	-584580	-209394	-188988
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0

Продовження таблиці Б1

Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	166533	177793	185174
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0	0
Інші доходи	2240	0	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0
Фінансові витрати	2250	-32608	-25384	-31438
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0
Інші витрати	2270	-86	-41	-148
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	133839	152368	153588
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-24232	-31222	-32345
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	109607	121146	121243
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0	0

Складено за даними: [24]

Таблиця Б1. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	2015	2016	2017
Матеріальні затрати	2500	761685	962663	1211834
Витрати на оплату праці	2505	148131	230516	317136
Відрахування на соціальні заходи	2510	45354	44737	65365
Амортизація	2515	19110	34581	55348
Інші операційні витрати	2520	833991	622224	650554
Разом	2550	1808271	1894721	2300237

Складено за даними: [24]